

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Título:**

**“PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA (ADRIÁTICO); UBICADA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBOS PARA EL PERÍODO 2017 – 2021”**

Tesis previa a la obtención del  
Título de Ingeniero Comercial.

**AUTOR:**

Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**DIRECTOR DE TESIS.**

Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg.

**1859**  
**LOJA – ECUADOR**

**2017**

## **Certificación.**

Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg.,

Docente de la Carrera de Administración de Empresas de la Unidad de Educación a Distancia de la Universidad Nacional de Loja y Director de Tesis.

### **C E R T I F I C A:**

Que el presente proyecto de tesis titulada **“PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA (ADRIÁTICO); UBICADA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBOS PARA EL PERÍODO 2017 – 2021”**, ha sido desarrollado bajo la dirección del **Sr. Jiménez Rojas Jonathan Medardo**, estudiantes del décimo módulo del plan de contingencia de la carrera de administración de empresas, la investigación cumple con toda la normativa legal de la universidad nacional de Loja, para el proceso de graduación, por lo cual apruebo y autorizo su presentación definitiva para los fines legales consiguientes.

Loja, Junio del 2017.

A handwritten signature in purple ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, positioned above a dotted line.

Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg.

**DIRECTOR DE TESIS.**

## **Autoría.**

Yo, **Jonathan Medardo Jiménez Rojas**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y absuelvo formalmente a la universidad nacional de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la universidad nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio institucional-biblioteca virtual

**Firma:** -----

A handwritten signature in purple ink, consisting of a large, stylized 'J' followed by 'M', 'J', and 'R' in a cursive script.

**Autor:** Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Nº Cédula:** 210031800-1

**Fecha:** Loja, 04 de julio de 2017

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, **Jonathan Medardo Jiménez Rojas**, declaro ser autor de la tesis titulada: **“PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA (ADRIÁTICO); UBICADA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBOS PARA EL PERÍODO 2017 – 2021”**, requisito para optar por el título de **Ingeniero Comercial**, autorizo al sistema bibliotecario de la universidad nacional de Loja, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de su visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el repositorio digital institucional. Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la universidad.

La universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 04 días del mes de Julio del dos mil diecisiete, firma el autor.

**Firma:** .....

**Autor:** Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Cédula:** 210031800-1

**Dirección:** Calle Venezuela # 218, entre Av. Colombia Y Manabí.

**Correo electrónico:** [jonathanjimenez1217@hotmail.com](mailto:jonathanjimenez1217@hotmail.com)

**Teléfono:** 062 830 412

**Celular:** 0990 389 577

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director de Tesis:** Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

**Tribunal de Grado:**

Dr. Luis A Quizhpe Salinas MAE.	(Presidente)
Ing. Victor Nivaldo Anguisaca G MAE.	(Primer Vocal)
Dr. Ruth Ortega Rojas Mg. Sc.	(Segundo Vocal)

## **Agradecimiento.**

Mi eterno agradecimiento a Dios nuestro señor por concederme la salud y la vida en el caminar del día a día.

A todos(as) autoridades, de la Universidad Nacional de Loja que abrieron las puertas a los (as) estudiantes de la región amazónica en especial a la provincia de Sucumbíos, al cuerpo colegiado de docentes un profundo reconocimiento y gratitud por impartir sus conocimientos y técnicas de estudios, al Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg.Sc, docente y guía del perfil de tesis, con su acertada dirección y dedicación profesional en la revisión del trabajo investigativo, fue posible culminar con éxito mi trabajo propuesto.

A cada uno de mis familiares, esposa e hijos que de una u otra manera me han brindado su apoyo, su amor incondicional, formación espiritual y vocacional para el logro de mis metas que me he propuesto en el trayecto de mi vida, sobre todo a mis padres que son y siempre serán el pilar fundamental de mi vida, a todos ellos les quedo eternamente agradecido.

Y finalmente agradezco a la empresa envasadora de agua tratada y purificada “adriático”, por las facilidades y oportunidades brindadas para la realización de este trabajo de investigación, gracias por haberme abierto las puertas.

**Jiménez Jonathan.**

## **Dedicatoria.**

Dedico con mucho amor y afecto el presente trabajo investigativo a Dios quién supo guiarme por el buen camino, quien me dio fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento, otorgándome la sabiduría, la salud, la vida y la capacidad e inteligencia necesaria para continuar con mis estudios y lograr culminar con mi carrera profesional. A mis queridos padres por su apoyo incondicional, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles siendo ellos la base primordial mi vida para alcanzar el éxito profesional.

A todos aquellos docentes por su enseñanza y los conocimientos impartidos de manera absoluta, y a todas aquellas personas que de una u otra forma me apoyaron y ayudaron para cumplir con mucho esmero uno de mis objetivos.

**Jiménez Jonathan.**

**a. Título**

**“PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA (ADRIÁTICO); UBICADA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBIOS PARA EL PERÍODO 2017 – 2021”**

## **b. Resumen**

En el presente trabajo de titulación “Proponer un plan estratégico para la empresa de agua tratada y purificada (Adriático); ubicada en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos para el periodo 2017 - 2021”, cuyo objetivo general fue elaborar un plan estratégico con la finalidad de realizar una planificación formal de las actividades a través de la implementación de propuestas encaminadas a fomentar la actividad económica y social.

La revisión de literatura, contiene contextos teóricos acerca del plan estratégico, con conceptos e importancia de los temas más usados del presente trabajo como la planificación estratégica que es un proceso a través del cual la organización define sus objetivos, identifica metas, desarrolla estrategias para alcanzar dichos objetivos y localiza recursos necesarios para llevarlo a cabo, el tiempo estimado para su terminación y el impacto en el logro de los objetivos.

Dentro de la metodología fue necesario la utilización de diferentes métodos como el descriptivo, inductivo, analítico, deductivo; asimismo se aplicaron técnicas como observación directa, la entrevista y las encuestas; procedimiento que permitió recolectar información útil y necesaria para determinar hechos que acontecen en el entorno de la empresa.



Seguidamente en los resultados del informe investigativo se realizó un análisis interno de la empresa (Adriático), donde se determinó en primera instancia el diagnóstico situacional, entrevista al Sr. Aníbal Eudoro Bravo gerente propietario, encuesta a los 6 trabajadores de la empresa y a los 282 clientes externos; con lo cual se establecen las principales fortalezas y debilidades. Asimismo se realizó el análisis externo de la empresa en base a los factores político, legal, financiero, social, tecnológico y la determinación de las cinco fuerzas de Porter; detectando así la oportunidades y amenazas de la empresa.

Con los resultados obtenidos en el análisis internos se procede a detectar la incidencia sea esta positiva o negativa para la empresa, esto mediante la determinación de la matriz EFI, donde se consiguió un valor total ponderado de las fortalezas y debilidades de 3,00 demostrando que la empresa es más fuerte que débil; en cambio dentro del análisis externos se aplicó la matriz EFE obteniendo un valor total ponderado de las oportunidades y amenazas de 2,92. Considerando que cada uno de los totales ponderados están por arriba de la media de 2,50.

Dentro del desarrollo de los resultados de igual manera se construyó la matriz FODA en el cual se determinaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas; posterior a ello se desarrolló la matriz de alto impacto, donde se obtuvo 9 estrategias de las cuales se consideró las 5 más importantes permitiendo de base para fundamentar los objetivos

estratégicos para la empresa (Adriático).

En el apartado de la discusión una vez detalladas las actividades a realizarse en cada uno de los objetivos estratégicos, así como las metas y tácticas necesarias para su cumplimiento se obtiene un presupuesto de \$ 214,40 dólares estuvieron destinados para la determinación de la estructura organizacional de la empresa mediante la elaboración de organigramas y manual de funciones, con un plazo de ejecución de Enero a Agosto del año 2017; mientras tanto el valor \$ 1.737,00 dólares sirvieron para establecer campañas agresivas de publicidad en medios de difusión que permita afianzarse más en la mente de consumidor y cubrir gran parte del mercado local y provincial, con un plazo de ejecución del mes de Julio del 2020 hasta diciembre del año 2021.; seguidamente el valor \$1.800,00 dólares fueron utilizados para realizar programas de capacitación y motivación para mejorar el servicio y atención al cliente por parte del personal administrativo y operativo de la empresa (Adriático), a fin de asignarle la tarea de dar cumplimiento todas las especificaciones encomendadas, con un plazo de ejecución de Enero a Diciembre del año 2018; además se obtuvo el valor \$ 1.185,00 dólares para implantar programas para evaluar los estados financieros de la empresa, accediendo a nuevas tecnologías para evitar el inadecuado seguimiento de programas y proyectos, a fin de determinar gastos innecesarios, con un plazo de ejecución de Septiembre a Diciembre del año 2017; y por último fue asignado el valor de \$ 5.075,00 dólares para implementar mezclas promocionales, potenciando la creación de nuevos productos

para tener niveles de venta continuos, con el fin de aplacar el ingreso de nuevos competidores, con un plazo de ejecución de un año seis meses. Es por ello que todo el **presupuesto global** del plan estratégico asciende a los **\$ 10.011,00** dólares americanos, el cual será financiado en su totalidad por la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático). Finalmente se muestran las conclusiones y recomendaciones a las que se llega luego de los análisis realizados en el desarrollo de la investigación así como la bibliografía utilizada y anexos necesarios dentro de la misma.

## **Abstract.**

In the present work titling "Propose a strategic plan for the company of treated and purified water (Adriatic); Located in the City of Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Province of Sucumbíos for the period 2017 2021, "whose general objective was to elaborate a strategic plan with the purpose of carrying out a formal planning of the activities through the implementation of proposals aimed at Promote economic and social activity. The literature review contains theoretical contexts about the strategic plan, with concepts and importance of the most used topics of the present work, such as strategic planning, which is a process through which the organization defines its objectives, identifies goals, develops strategies to achieve These objectives and locate resources necessary to carry it out, the estimated time for completion and the impact on the achievement of the objectives. Within the methodology it was necessary to use different methods such as descriptive, inductive, analytical, deductive; Techniques such as direct observation, interview and surveys were also applied; A procedure that allowed the collection of useful and necessary information to determine events occurring in the company environment. Following the results of the investigative report, an internal analysis of the company (Adriatic) was carried out, where the situational diagnosis was determined in the first instance, an interview with Mr. Aníbal Eudoro Bravo, a proprietary manager, a survey of the company's 6 employees and the 282 External customers; Which establishes the main strengths and weaknesses. The external analysis of the company was also carried out based on the political, legal, financial, social, technological factors and the determination of Porter's five forces; Thus detecting the opportunities and threats of the company.

With the results obtained in the internal analysis we proceed to detect the incidence either positive or negative for the company, this through the determination of the EFI matrix, where we obtained a total weighted value

of strengths and weaknesses of 3.00 demonstrating that The company is stronger than weak; But within the external analysis the EFE matrix was applied, obtaining a total weighted value of the opportunities and threats of 2.92. Considering that each of the weighted totals is above the average of 2.50.

Within the development of the results, the SWOT matrix was constructed in which the strengths, weaknesses, opportunities and threats were determined; After that, the high impact matrix was developed, in which 9 strategies were obtained, of which the 5 most important were considered, allowing the basis for the strategic objectives for the company (Adriatic).

In the discussion section once detailed the activities to be carried out in each of the strategic objectives, as well as the goals and tactics necessary for its fulfillment is obtained a budget of \$ 214.40 dollars were destined for the determination of the organizational structure Of the company by means of the elaboration of organigrams and manual of functions, with a term of execution of XXX; Meanwhile the value \$ 1. \$ 790.00 was used to establish campaigns in advertising media that allowed to become more secure in the consumer mind and cover a large part of the market, with a term of execution of XXX; Then the value \$ 1,800.00 dollars were used to carry out training and motivation programs to improve the service and customer service by the administrative and operational personnel of the company (Adriatic), in order to assign the task of fulfilling all specifications Within a deadline of XXX; In addition, the value of \$ 1,185.00 was

obtained to implement programs to evaluate the financial statements of the company, accessing new technologies to avoid the inadequate monitoring of programs and projects, in order to determine unnecessary expenses, within a deadline of XXX ; And finally was allocated the value of \$ 5,075.00 dollars to implement promotional mixes, promoting the creation of new products to have continuous levels of sale, in order to appease the entry of new competitors, within a deadline of XXX . That is why the entire global budget of the strategic plan amounts to US \$ 10.011,00, which will be fully funded by the treated and purified (Adriatic) bottling company. Finally, the conclusions and recommendations that are obtained after the analysis carried out in the development of the research, as well as the bibliography used and the necessary annexes are shown.

### **c. Introducción**

En la ciudad de Nueva Loja la empresa agua tratada y purificada (Adriático) se encuentran atravesando barreras que no facilitan su desarrollo económico y social, por el profundo desconocimiento del uso e implementación de una cultura organizacional lo que no le permite dirigir de forma eficiente y eficaz sus recursos; la falta de planes de capacitación y motivación al personal provocando una defectuosa administración de los recursos afectando directamente la rentabilidad de la empresa; además no cuentan con un manual funciones donde el personal operativo no tienen bien definidas las actividades encomendadas, por cuanto hoy por hoy hacen diversas funciones que no les competen según su cargo al cual fueron contratados, sin embargo las realizan con el único propósito de cumplir su jornada diaria de trabajo; asimismo existe la decadencia de una organización estructural manteniendo a la empresa estática sin proyecciones de crecimiento. Aunque esta realidad aun no es puesta en práctica por parte de la empresa (Adriático), donde se ha venido manteniendo aún procedimientos ambiguos que no les permiten el crecimiento esperado. Bajo este contexto se ha creído conveniente y necesario realizar un plan estratégico que le permita diseñar objetivos para que cada una de los áreas o departamentos trabajen en forma adecuada, así como también cumplan con sus objetivos y metas planteadas, de manera que sobresalga su nivel de eficiencia, tanto en el

ámbito económico como en lo social, a fin de ir acoplándose a los nuevos cambios.

El contenido de esta investigación está estructurado de la siguiente manera donde consta el título principal de tesis “PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA (ADRIÁTICO); UBICADA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS PARA EL PERÍODO 2017 – 2021”, un resumen en castellano y traducido en inglés, en donde se expresan los aspectos más significativos del presente trabajo para un mejor entendimiento, una introducción, en donde se resalta la importancia del tema, aporte y estructura lógica y secuencial del trabajo investigativo, una revisión de literatura en la cual se encuentran diferentes definiciones de los temas a desarrollar estructurados en un marco conceptual y referencial en donde se abarcan todos los contenidos teóricos recopilados de distintas fuentes bibliográficas, los materiales y métodos en los que se detalla de forma específica los materiales que se utilizaron en el proceso investigativo y en la propuesta que se elaboró, igualmente se hace referencia a los métodos que contribuyeron al desarrollo del trabajo investigativo, en los resultados están constituidos por el análisis interno de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) en donde se exponen (el diagnóstico situacional de la empresa, la micro y macro localización empresarial, el análisis, tabulación e interpretación de la entrevista aplicada al señor Aníbal Eudoro Bravo gerente propietario y de las



encuestas a los trabajadores y clientes externos) y la ponderación de la Matriz EFI, además se encuentra los resultados obtenidos en el análisis externo tanto en lo (económico, político, social, tecnológico, Legal, y las cinco fuerzas de Porter) y la ponderación de la Matriz EFE; de igual manera se construyó la matriz FODA en el cual se determinaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas; posterior a ello se desarrolló la matriz de alto impacto permitiendo fundamentar los objetivos estratégicos para la empresa (Adriático), y dentro de la discusión se proponen cinco objetivos estratégicos de prioridad para la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), los cuales desarrollan objetivos, estrategias, meta, plazo de ejecución, indicadores, financiamiento, presupuesto y responsables.

Finalmente se exponen las respectivas conclusiones y recomendaciones que ayudarán a orientar y mejorar la administración de la empresa y que permitirá el fortalecimiento y desarrollo de la inversión y rentabilidad, dando apertura a la toma de decisiones efectivas y acertadas por parte de los directivos,, la bibliografía es utilizada durante el proceso de investigación y que sirvieron de sustento teórico para la elaboración del trabajo y los respectivos anexos que sirvieron de fuente de información para el presente proyecto y respaldo de la información referida en el mismo. Y como último punto se desarrolla un Índice, en donde se detalla cada punto del trabajo de tesis con su respectiva numeración.

#### d. Revisión de Literatura

##### Marco referencial.

✓ **Comerciales.-** Las empresas comerciales son “aquellas actividades económicas organizadas que se dedican a la compra y venta de productos que bien pueden ser materias primas o productos terminados; las empresas comerciales cumplen la función de intermediarias entre los productores y los consumidores y no realizan ningún tipo de transformación de materias primas”.  
(<http://turevisorfiscal.com/2014/05/29/que-es-una-empresa-comercial/>, s.f.)

Son reconocidas porque “realizan un acto propio de comercio, es decir, que adquieren bienes o mercancías para su venta posterior”, en la cual interfieren dos intermediarios que son el productor y el consumidores.  
(<https://sites.google.com/site/436laempresa/recursos-o-elementos-de-la-empresa/>, s.f.)

##### **Tipos de empresas comerciales.**

Este tipo de empresa puede ser pública o privada, y se pueden clasificar en tres categorías:

- **Empresa comercial mayorista:** este tipo de empresas adquiere bienes, mercancías o productos en grandes cantidades para distribuirlos

entre las empresas minoristas, también a otras mayoristas pero a gran escala.

- **Empresa comercial minorista:** son las que venden sus productos a una escala menor que las mayoristas, normalmente al consumidor final del producto.

- **Empresa comercial comisionista:** Son las que se encargan de vender los productos que no son suyos a cambio de una comisión.

- ✓ **Empresa de producción.**

- **Manufactureras.-** Son empresas que transforman las materias primas en productos terminados, y pueden ser de dos tipos:

- Empresas que producen bienes de consumo final. Producen bienes que satisfacen directamente la necesidad del consumidor, estos pueden ser duraderos o no duraderos, suntuarios o de primera necesidad, por ejemplo: productos alimenticios, prendas de vestir, aparatos y accesorios eléctricos...

- Empresas que producen bienes de capital. Estas empresas satisfacen preferentemente la demanda de las industrias de bienes de consumo final. Algunos ejemplos de este tipo de industrias son las productoras de papel, materiales de construcción, maquinaria ligera, productos químicos,

etc. ([http://elcontadorvirtual.blogspot.com/2010/04/clasificacion-de-las-empresas-segun-su\\_22.html](http://elcontadorvirtual.blogspot.com/2010/04/clasificacion-de-las-empresas-segun-su_22.html), s.f.)

### **Agua potable tratada.**

Es la que se obtiene al someter el agua proveniente de cualquier sistema de abastecimiento, a tratamientos físicos y químicos para su consecuente purificación y luego, es envasada y sellada herméticamente para su comercialización con destino específico al consumo humano.

### **Agua envasadas.**

Con el término “aguas envasadas” se designa a aquellas aguas de origen subterráneo o procedentes de un abastecimiento público, comercializándose envasada en botellas u otros contenedores.

Genéricamente y de forma resumida (posteriormente se ampliarán estos conceptos cuando se comente la normativa que las regula) se pueden distinguir en principio tres tipos de aguas envasadas: Las aguas minerales naturales, que son de origen subterráneo, bacteriológicamente sanas, con una composición constante en minerales y con propiedades beneficiosas para la salud; las aguas de manantial, son aguas potables de origen subterráneo, bacteriológicamente sanas y sin efectos sobre la salud. Las aguas potables preparadas, son aguas que se han sometido a tratamientos físico-químicos con objeto de que cumplan las exigencias sanitarias para el consumo.

En el mundo se consumen 126.000 millones de litros de agua envasada al año, unos 21 litros por persona. La historia del agua embotellada comenzó en 1826 en el pequeño pueblo francés de Evián, de donde proviene el nombre de la famosa marca.

“Es agua potable envasada en botellas individuales de consumo y venta al por menor o mayor. El agua puede ser agua glacial, agua de manantial, agua de pozo, agua purificada o simplemente agua del abastecimiento público de agua (el agua del grifo). Muchos países, especialmente los países desarrollados, regulan la calidad del agua embotellada a través de estándares del gobierno, normalmente utilizados para garantizar que la calidad del agua es segura y las etiquetas reflejan con precisión el contenido de la botella. En muchos países en desarrollo, sin embargo, tales normas son variables y suelen ser menos estrictos que los de las naciones desarrolladas”.

✓ **Tipos de aguas envasada:**

- **Aguas minerales naturales:** aquellas bacteriológicamente sanas que tengan su origen en un estrato o yacimiento subterráneo y que broten de un manantial en uno o varios puntos de alumbramiento, naturales o perforados.

Estas pueden distinguirse claramente de las restantes aguas potables:

- **Por su naturaleza,** caracterizada por su contenido en minerales, oligoelementos y otros componentes y, en ocasiones, por determinados efectos.

**Por su pureza original.-** Características estas que han sido conservadas intactas, dado el origen subterráneo del agua, mediante la protección del acuífero contra todo riesgo de contaminación.

- **Aguas de manantial:** son las potables de origen subterráneo que emergen espontáneamente en la superficie de la tierra o se captan mediante labores practicadas al efecto, con las características naturales de pureza que permiten su consumo.

- **Aguas preparadas:** son las sometidas a los tratamientos autorizados físico-químicos necesarios para que reúnan las características establecidas a efectos de su denominación, deberán diferenciarse los siguientes tipos:

**Potables preparadas:** cuando procedan de manantial o captación y hayan sido sometidas a tratamiento para que sean potables, perdiendo así, si la tuviesen, la calificación de agua de manantial o agua mineral natural y pasando a denominarse aguas potables preparadas, no pudiendo optar de nuevo a la calificación de agua de manantial o agua mineral natural.

**De abastecimiento público preparadas:** En el supuesto de tener dicha procedencia.

Las aguas de consumo público envasadas, son aquellas aguas potables que se envasan coyunturalmente y se distribuyen generalmente de forma domiciliaria, con el fin de suplir alguna deficiencia transitoria del normal suministro de la red.

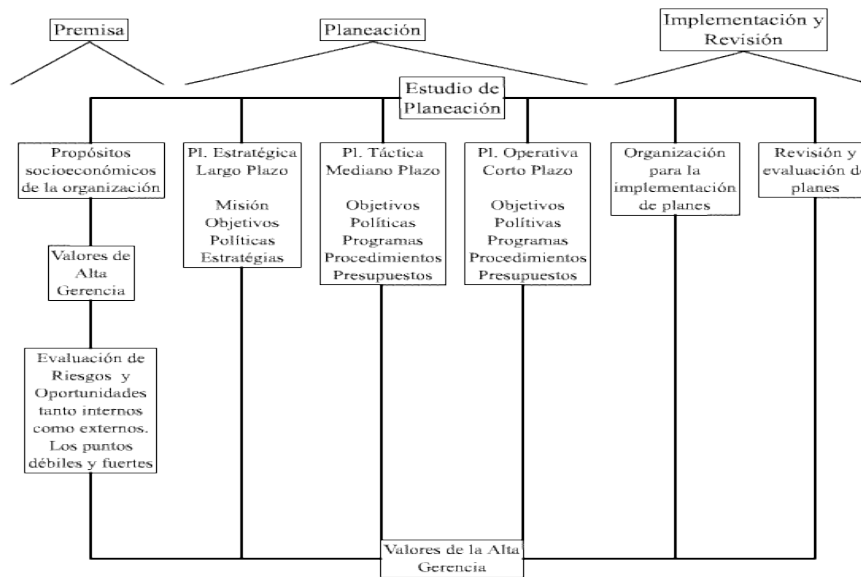
### **Marco conceptual.**

#### **Plan estratégico.**

Plan estratégico es “el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a los largo del tiempo. Es el punto de partida del proceso de planificación de una organización”. (Golfeder. G- & Aguilar, E. (2010) Trillas.)

“Medios a través de los cuales el administrador espera lograr las metas deseadas. Esto conlleva a la planeación que es el proceso de toma de decisiones que centra su atención en el futuro de la organización y en la manera de lograr sus objetivos.” (Michalel Hitt; Stewart Black; Lyman Porter, 2006. p. 270)

## Gráfico N° 1. ¿Qué es la planeación estratégica?



Fuente: (Hoskisson, 2002)

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### Principios básicos de la planificación estratégica.

Principios básicos para realizar un plan estratégico se encuentran representados en el siguiente esquema:

#### Importancia.

El plan estratégico es importante porque “ayuda a que los líderes de una organización plasmen la dirección que le quieren dar a la empresa, y cuando este plan es transmitido hacia toda la organización, ésta generará sinergias en todo el personal para la obtención de sus objetivos”. Asimismo, este plan ayuda a que cada trabajador sepa hacia a donde se quiere ir y se comprometa con ese destino. (Ramos, F. G., 2009)



## **Objetivo del plan estratégicos.**

El objetivo que tiene el plan es organizar, programar y prevenir por lo cual es necesaria su estructura, identificar la forma en la que se lo hace, el lugar donde se lo va a hacer, los medios que se van a utilizar y quienes serán los involucrados, así como los beneficiarios del mismo. (Dr. Salvador Mercado, p.125.)

- Cambio de dirección de la empresa.
- Acelerar el crecimiento y mejorar la rentabilidad.
- Eliminar personal ineficiente entre las divisiones de la empresa.
- Señalar asuntos estratégicos para consideración de la alta dirección.
- Concentrar los recursos en asuntos importantes.
- Orientar hacia el desarrollo de nuevos productos.
- Desarrollo de una mejor información para la toma de decisiones.
- Desarrollar un sistema de referencia para presupuestos.
- Desarrollo de análisis FODA.

## **Características de los planes estratégicos.**

Las características de este tipo de planes son, entre otros, los siguientes:

- Originalidad: en el sentido que constituye la fuente u origen para los planes específicos subsecuentes.

- Es conducida o ejecutada por los más altos niveles jerárquicos de dirección.
- Establece un marco de referencia general para toda la organización.
- Se maneja información fundamentalmente externa.
- Afronta mayores niveles de incertidumbre en relación con los otros tipos de planes.
- Normalmente cubre amplios períodos.
- Se trata de un concepto sencillo y completo.
- Se puede aplicar a todo tipo de organizaciones.
- Puede utilizarse en cualquier nivel jerárquico.
- Brinda bases para la planeación de contingencias.
- Vincula automáticamente la planeación estratégica con la operativa.
- Puede utilizarse a corto o a largo plazo.

### **Tipos de planes.**

Los planes se clasifican en:

- Plan operativo.
- Plan táctico.
- Plan económico.
- Plan de inversiones.
- Plan de obras.
- Plan de pensiones.
- Plan de estudios.

- Plan estratégico

**Los principales componentes de la planificación estratégica son:**

- **Visión:** delinea lo que la organización quiere ser, a largo plazo. Suele ser emocional e inspirador.
- **Misión:** define el propósito fundamental de la organización, describiendo por qué existe y qué hace para lograr su visión.
- **Valores:** creencias que son compartidas por todos los involucrados en la organización. Definen la cultura y las prioridades, estableciendo las bases para la toma de decisiones.
- **Estrategias:** el mapa donde se marca el camino a seguir para llegar a la visión. Es una mezcla de objetivos y medios para lograrlos. (Koontz & Heinz Weihrich)

**Ventajas y desventajas de los planes estratégicos.**

**Ventajas.**

- Contribuyen a actividades ordenadas y con un propósito.
- Señalan la necesidad de cambios futuros.

- Proporcionan una base para el control. (<http://ventajas-y-desventajas-de-la-planificacion.html>)

### **Desventajas.**

- Está limitada por la poca precisión de la información y por la incertidumbre de los hechos futuros.
- La planificación tiene un alto costo.
- Puede demorar en algunos casos las acciones. (<http://ventajas-y-desventajas-de-la-planificacion.html>, s.f.)

### **Evaluación externa.**

“La evaluación externa denominada también auditoría externa de la gestión estratégica está enfocada hacia la exploración del entorno y el análisis de la industria. Este procedimiento busca identificar y evaluar las tendencias y eventos que están más allá del control inmediato de la empresa”. (Ipinza, A. , 2008)

### **Macroentorno.**

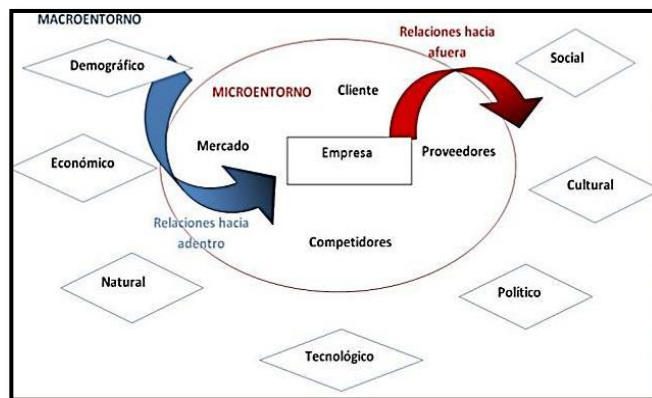
El Macroentorno o también conocido como entorno específico o entorno de acción directa se refiere a todos aquellos aspectos relacionados con el exterior de la empresa. “Estudia elementos que son difíciles o imposibles

de controlar, por lo que la organización debe tener conocimiento de ellos para aprovecharlos o en su defecto reducir su impacto”.

(<http://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>, s.f.)

Para un correcto análisis del macroentorno se procede a utilizar como herramienta el análisis PESTE.

**Gráfico 2.** Evaluación de los factores externos de una empresa.



Fuente: (Ipinza, (2008) El proceso estratégico con enfoque de gerencia)

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

Según IPINZA (2008) considera siete categorías de factores externos clave que afectan directamente a los productos, los mercados y las organizaciones que compiten en el sector bajo análisis:

✓ **Factores políticos, gubernamentales y legales:** Son las fuerzas que determinan las reglas tanto formales como informales, bajo las cuales debe operar la organización. “En muchos casos constituyen las variables más importantes del análisis externo, en función al grado de influencia

que tienen sobre las actividades del negocio, de sus proveedores y de sus competidores”. (Ipinza, A. (2008) ,pág. 44)

Estas fuerzas están asociadas a los procesos de poder alrededor de la organización, a los acuerdos relacionados a los propósitos de la misma, así como a las pugnas de intereses de los agentes involucrados.

- Estabilidad política
- Política monetaria
- Legislación laboral
- Legislación medioambiental
- Seguridad jurídica
- Corrupción
- Contrabando
- Informalidad
- Relaciones con organismos públicos
- Sistema de gobierno
- Seguridad y orden interno.

✓ **Factores económicos y financieros:** Son aquellas que determinan las tendencias macroeconómicas, las condiciones de financiamiento, y las decisiones de inversión. Tienen una incidencia directa en el poder adquisitivo de los clientes de la organización y son de especial

importancia para las actividades relacionadas al comercio internacional.  
(Ipinza, A. (2008) México: Pearson, pág. 45)

En los últimos años estas fuerzas han sido los factores de mayor relevancia para la gestión de la organización, debido a las fluctuaciones que sus variables han experimentado a nivel mundial; en unos casos de manera muy favorable y en otras críticamente adversas.

- Evolución del PIB nacional y PBI per cápita.
  - Evolución del poder adquisitivo del consumidor.
  - Tasas de interés.
  - Tasas de inflación y devaluación.
  - Costo de capital y de deuda.
  - Costo de mano de obra.
  - Costo de materias primas
  - Nivel de informalidad de la economía
  - Riesgo país.
  - Comportamiento de la demanda de bienes y servicios
  - Fluctuación de precios
  - Nivel de aranceles
- ✓ **Factores sociales, culturales y demográficos:** Involucra creencias, valores, actitudes, opiniones y estilos de vida desarrollados a partir de las condiciones sociales, culturales, demográficas, étnicas y religiosas que

existen en el entorno de la organización. (Ipinza, A. (2008) El proceso estratégico con enfoque de gerencia. México: Pearson.)

Estas fuerzas definen el perfil del consumidor, determinan el tamaño de los mercados, orientan los hábitos de compra, afectan el comportamiento organizacional y crean paradigmas que influyen en las decisiones de los clientes.

- Tasa de crecimiento poblacional.
- Tasa de desempleo y subempleo.
- Distribución del ingreso en la población.
- Tasa de analfabetismo.
- Cultura e idiosincrasia.
- Estilos de vida de la población.
- Esperanza de vida.
- Tasa de mortalidad.
- Tasas de inmigración y emigración.
- Roles sociales según edad y género.
- Valores y ética.
- Responsabilidad social.
- Calidad de vida de la población.

✓ **Fuerzas tecnológicas y científicas:** Están caracterizadas por la velocidad del cambio, la innovación científica permanente, la aceleración



del proceso tecnológico, y la amplia difusión del conocimiento que originan una imperiosa necesidad de adaptación y evolución. (Ipinza, A. (2008) , Pearson.)

Los adelantos tecnológicos dan como resultado la proliferación de productos nuevos y mejores, cambian las posiciones de costos competitivos relativos de una industria y hacen que productos, bienes y servicios existentes resulten obsoletos.

- Estado del arte
  - Velocidad de transferencia tecnológica
  - Desarrollo de las comunicaciones
  - Uso de las tecnologías de información
  - Uso de internet
  - Avances en la ciencia de los materiales
  - Desarrollo e integración de soluciones informáticas
  - Mejoras e innovaciones tecnológicas
- ✓ **Fuerzas ecológicas y ambientales:** Estas fuerzas son impulsadas por instituciones que luchan por preservar el equilibrio del ecosistema del planeta, alertando de los efectos nocivos de la industrialización, como las lluvias acidas, el efecto invernadero, combatiendo la tala de bosques tropicales, la depredación de especies en peligro de extinción, la emisión de gases tóxicos y el almacenaje de desperdicios radioactivos.

En ese sentido, afectan las decisiones de la organización en aspectos operacionales, legales, de imagen e incluso comerciales, dependiendo del tipo de industria a la que pertenezca y de la comunidad vinculada.

- Protección del medio ambiente
- Preservación de recursos naturales no renovables
- Cultura de reciclaje
- Manejo de desperdicios y desechos
- Conservación de energía
- Contaminación del aire, del agua y de las tierras
- Protección de la biodiversidad en flora y fauna

### **Microentorno**

El microentorno o también conocido como entorno específico, entorno de acción directa o entorno inmediato, corresponde a “todos aquellos aspectos o elementos que están relacionados permanentemente con la empresa y que influyen en las operaciones diarias como en los resultados”. (Thompson, A. & Strikland, A.. (2010) Administración estratégica. Textos y casos. México: Mc Graw Hill Internacional)

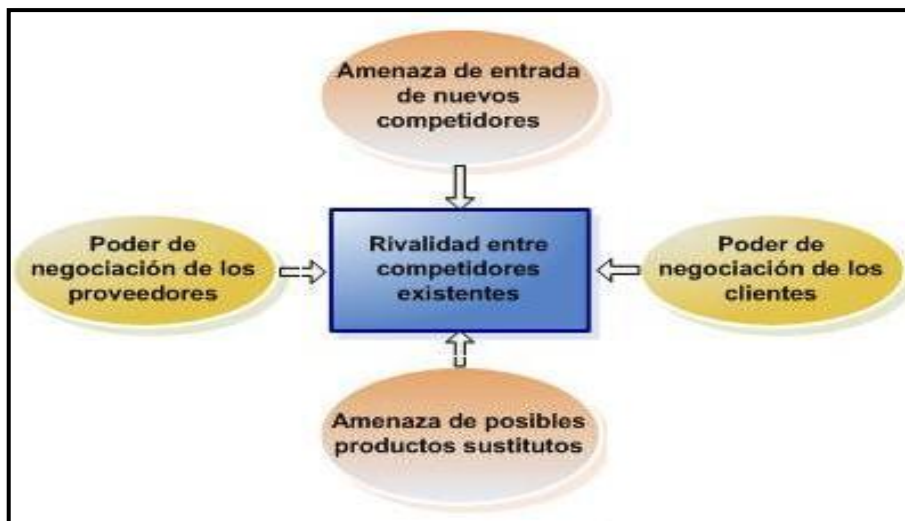
Para el desarrollo del microentorno se considera utilizar como herramienta el análisis de las cinco fuerzas PORTER.

### ✚ Modelo de las cinco fuerzas de Porter.

El modelo de las cinco fuerzas de Porter propone un modelo de reflexión estratégica sistemática para determinar la rentabilidad de un sector en específico, normalmente con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que opera en dicho sector.

“Son aquellas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos a éstas fuerzas de Porter existentes.” (Michael E. Porter, Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors)

**Gráfico N° 3.** Representación gráfica de las cinco fuerzas de Porter.



Fuente: (Michael E. Porter)

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

- **La rivalidad entre los competidores:** Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

- **Poder de negociación de los proveedores:** Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.

- **Poder de negociación de los compradores:** Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien

organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria. Para este tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación y que le permitiera, mediante la protección que le daba ésta ventaja competitiva, obtener utilidades que luego podía utilizar en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios. (Idalberto Chiavenato, 3era. edición., 2000)

### **Matriz de Evaluación de factores externos (MEFE).**

La matriz permite resumir y evaluar la información: política, económica, social, tecnológica, y ecológica como resultado del análisis externo; “para

cuantificar los resultados en las oportunidades y amenazas identificadas, debiendo así las empresas responder a estos factores de manera ofensiva como defensiva”. (Fernández, A. (2010); Ediciones Días de Santos S. A.)

### **Pasos para desarrollar la matriz MEFE**

- Listar los factores críticos o determinantes para el éxito identificados en el proceso de la evaluación externa.
- Asignar un peso relativo a cada factor 0,0 (no importante) hasta 1,0 (muy importante).
- El peso indica la importancia relativa de ese factor para el éxito de la organización en la industria.
- Para indicar si efectivamente al actual estrategia de la organización responde a un factor, asignar una calificación de 1 a 4 a cada factor clave externo, considerando la siguiente escala:

4 = la respuesta es superior.

2 = la respuesta es promedio.

3 = la respuesta está por encima del promedio. 1 = la respuesta es pobre.

**Cuadro 1. Formato de la Matriz de Evaluación de los Factores Externos  
(MEFE)**

<b>Nº</b>	<b>FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO</b>	<b>FUENTE</b>	<b>PESO ESPECIFICO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL DE PONDERACIÓN</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>					
1-					
2-					
3-					
4-					
5-					
<b>AMENAZAS</b>					
1-					
2-					
3-					
4-					
5-					
<b>TOTAL</b>					

Fuente: (Ipinza, A. (2008))

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Evaluación interna.**

Un análisis interno consiste en la identificación y evaluación de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de una empresa. “Realizar un análisis interno tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades”. (Ipinza, A. México: Pearson., 2008)

El análisis interno requiere de mucha honestidad en descubrir lo bueno, lo malo y lo feo de la organización por parte de todos los miembros involucrados en este proceso y no tratar de encubrir aspectos críticos al interior de la misma.

## **Diagnostico situacional.**

Es el conocimiento aproximado de las diversas problemáticas de una población objetivo, a partir de la identificación e interpretación de los factores y actores que determinan su situación, un análisis de sus perspectivas y una evaluación de la misma.  
(<https://es.slideshare.net/azu444/dx-situacional>, s.f.)

Las principales áreas funcionales en todo negocio que deben ser identificadas a través del análisis interno son:

✓ **Administración y Gerencia:** La gerencia es la encargada de manejar los aspectos operacionales y estratégicos, así como definir el rumbo y las estrategias de la organización. Debe manejar los cambios dentro de esta, superando la crisis y asegurando la viabilidad mediante la asignación inteligente de recursos hacia las demás áreas funcionales, dirigidos al cumplimiento de la misión de la organización.  
(<http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>, s.f.)

El permanente objetivo de la administración es aumentar la productividad como vehículo para incrementar las posibilidades de competir con éxito con el sector o subsector industrial y en los diferentes mercados globales. Las variables a considerar en el análisis de la Gerencia son:



- Reputación de la alta dirección y sus gerentes.
- Calidad y experiencia del equipo directivo y de los directores.
- Efectividad y utilización de los sistemas de toma de decisiones y control gerencial.
- Prácticas de gobierno corporativo, transparente y responsabilidad social.
- Estilos de liderazgo usados en los niveles gerenciales.
- Sistema de planeamiento estratégico.
- Imagen y prestigio de la organización.

✓ **Marketing y ventas:** “El marketing, entendido como la orientación empresarial centrada en satisfacer las necesidades de los consumidores a través de la adecuación de la oferta de bienes y servicios de la organización, es una función vital bajo las actuales condiciones de competencia y globalización”. (Ibidem, pág. 125)

Este es responsable de las decisiones relacionadas al producto, comunicación, distribución y precio, así como del uso de las herramientas de investigación, segmentación de mercados y posicionamiento de productos. Las variables a considerar en el análisis de marketing son:

- Concentración de las ventas por productos o consumidores.
- Política de precios: flexibilidad de precios.
- Participación de mercado.

- Cantidad y calidad de líneas de productos: bienes y servicios.
- Organización de ventas: conocimiento de las necesidades del consumidor.
- Calidad de servicio al cliente y servicio posventa.
- Análisis del consumidor y sus preferencias.

✓ **Operaciones y logística:** “Es el área encargada de ejecutar los procesos para la producción tanto de bienes como de servicios. Involucra las funciones de logística, producción, mantenimiento y calidad. Su gestión es particularmente compleja y crítica para la supervivencia, el desarrollo y la competitividad de la organización”. (Ipinza, A. (2008) El proceso estratégico con enfoque de gerencia. México: Pearson.)

Involucra el uso de recursos materiales, mano de obra, maquinarias, métodos, medio ambiente, mentalidad y moneda. Las variables de esta área son:

- Costos de fabricación en relación a la industria y los competidores: materiales directos, manos de obra directa e indirectas de fabricación.
- Suministros de materiales directos e indirectos y de productos terminados
- Facilidades de ubicación y diseño de planta.
- Eficiencia técnica y energética.
- Capacidad de producción y eficiencia de fabricación.

- Eficiencia del equipamiento.
- Seguridad e higiene laboral.

✓ **Finanzas y contabilidad:** Esta área es responsable de obtener los recursos económicos necesarios en el momento oportuno, así como los otros recursos en la cantidad, calidad, y el costo requeridos para que la organización pueda operar de manera sostenida.

Se evalúa la habilidad del negocio para financiar sus estrategias a través de fuentes existentes “(retención de utilidades sobre giros y préstamos bancarios, créditos de proveedores, incrementos de capital de accionistas), generales (aporte de capital proveniente de inversionistas, emisión de acciones), o terceros (deuda de corto y largo plazo)”. Las variables a considerar son: (Ipinza, 2008)

- Situación financiera: ratios de liquidez, apalancamiento, actividad, rentabilidad y crecimiento.
- Nivel de apalancamiento financiero y operativo.
- Costo de capital en relación a la industria y a los competidores.
- Estructura de costos.
- Eficiencia y efectividad de los sistemas contables de costeo y de presupuestos.
- Política de reparto de dividendos.
- Situación patrimonial.

✓ **Recursos Humanos:** “El recurso humano constituye el activo más valioso de toda organización, movilizándolo los recursos tangibles e intangibles, haciendo funcionar el ciclo operativo y estableciendo las relaciones que permiten a la organización lograr sus objetivos”. (Ibídem, pág. 145)

Por otro lado es el recurso menos predecible y de mayor volatilidad, impactando en la motivación y las relaciones de grupo al interior de la organización.

El análisis debe evaluar las competencias del personal, así como las que se necesitan para el logro de los objetivos de la organización. También debe analizar las relaciones que existen entre las personas y sus efectos en la organización. Las variables a considerar en el análisis de recursos humanos son:

- Competencias y calificaciones profesionales.
- Selección, capacitación y desarrollo del personal.
- Disponibilidad y calidad de la mano de obra.
- Nivel de remuneraciones y beneficios.
- Calidad del clima laboral.
- Estructura organizacional.
- Cultura organizacional.

## **Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)**

La matriz de evaluación de factores internos “permite de un lado resumir y evaluar las principales fortalezas y debilidades en las áreas funcionales de un negocio y por otro lado ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones en esas áreas”.

Para la aplicación de la matriz EFI se requiere un juicio intuitivo en el desarrollo, puesto que el entendimiento cabal de los factores incluidos es más importante que los valores resultantes. El procedimiento para la evaluación de factores internos es el siguiente:

- Hacer una lista de los factores de éxito clave identificados en el proceso de evaluación interna. Use entre 10 y 20 factores internos en total, que influyan fortalezas y debilidades.
- Asignar un valor de 1 – 4 a cada factor. Este valor asignado corresponde a la respuesta actual de la estrategia de la organización respecto al factor.
- Multiplicar el peso de cada factor por su valor. Este proceso produce un peso ponderado
- Sumar los pesos ponderados de cada factor
- Determinar el puntaje ponderado total para la organización, los valores son:

4 = fortaleza mayor

2 = debilidad menor

3 = fortaleza menor

1 = debilidad mayor

**Cuadro 2.** Formato de la Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Nº	FACTORES DETERMINANTES DE EXITO	FUENTE	PESO ESPECIFICO	CALIFICACIÓN	TOTAL DE PONDERACIÓN
<b>FORTALEZAS</b>					
1-					
2-					
3-					
4-					
5-					
<b>DEBILIDADES</b>					
1-					
2-					
3-					
4-					
5-					
<b>TOTAL</b>					

Fuente: (Ipinza, A., 2008)

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### ✚ Análisis FODA.

**Gráfico N° 4.** Factores del FODA.



Fuente: (Ipinza, A. (2008))

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

Es un análisis basado en las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas presentes en la organización, de ahí las siglas de su nombre FODA. “El análisis FODA se realiza observando y describiendo como las fortalezas y debilidades del negocio interactúan con las amenazas y oportunidades que encontramos en el mercado o entorno en el cual está enmarcado nuestro negocio”.

(<http://www.vgsglobal.com/es/blog/2010/11/analisis-foda-en-la-pyme-un-componente-clave-del-planeamiento-estrategico/>, s.f.)

“El análisis FODA permite entender mejor cuales son los factores internos y externos que influyen favorablemente o desfavorablemente en el desempeño de la organización”. (Medina L. & Rojas, M., 2012)

- **Fortalezas:** elementos positivos que posee un negocio y que constituyen los recursos para la consecución de los objetivos. Algunos ejemplos podrían ser: claridad de objetivos, capacitación recibida, motivación, decisión, voluntad, formalidad en los tratos, responsabilidad, etc.

- **Debilidades:** factores negativos que se tienen y que se constituyen en barreras u obstáculos para alcanzar las metas propuestas. Por mencionar algunos ejemplos: carencia de objetivos claros y alcanzables, falta de recursos, mal manejo de situaciones, mal manejo de recursos, informalidad, poca ética, desorden, etc.

- **Oportunidades:** elementos del ambiente que el negocio puede o debería aprovechar para el logro efectivo de sus metas y objetivos. Estos pueden ser de tipo social, económico, político, tecnológico, etc. Algunas menciones serían: apoyo de otras organizaciones, nueva tecnología, una necesidad desatendida en el mercado, etc.
- **Amenazas:** aspectos que pueden llegar a constituir un peligro para el logro de los objetivos si no se previene o trabaja para evitarlos. Entre estos se tiene: falta de aceptación, competencia, rivalidad, fenómenos naturales, situación económica, etc.

 **Matriz ampliada FODA.**

**Cuadro N° 3.** Formato de la matriz de alto impacto FODA.

<b>Análisis interno</b>	<b>FORTALEZAS – F</b>	<b>DEBILIDADES – D</b>
<b>Análisis externo</b>		
	<b>OPORTUNIDADES – O</b>	<b>AMENAZAS – A</b>
	<b>Estrategia (F – O)</b>	<b>Estrategias (F - A)</b>
	Use las fortalezas para sacar ventaja de las oportunidades	Mejore las debilidades para sacar ventaja de las oportunidades
	<b>Estrategia (D – O)</b>	<b>Estrategia (D – A)</b>
	Use fortalezas para neutralizar las amenazas	Mejore las debilidades y evite las amenazas

Fuente: (IPINZA, 2008)

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



Es una de las más interesantes por las cualidades intuitivas que exige a los analistas, y es posiblemente la más importante y conocida. Se atribuye su creación a Wihrich (1982), como una herramienta de análisis situacional. Exige un concienzudo pensamiento para generar estrategias en los cuatro cuadrantes de la matriz, estos son los de: fortalezas y oportunidades (FO), debilidades y oportunidades (DO), fortalezas y amenazas (FA), y debilidades y amenazas (DA).

Hay cuatro estrategias alternativas a seguir, que están basadas en el análisis del ambiente externo (amenazas y oportunidades) y del ambiente interno (fuerzas y debilidades).

La estrategia DA está orientada a minimizar tanto las debilidades como las amenazas. Tal vez requiera que el empresario se asocie con otro para compartir el riesgo.

La estrategia DO pretende minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades. Así, una empresa con ciertas debilidades en algunos aspectos puede reducir o aprovechar las oportunidades del ambiente exterior, tales como la utilización de facilidades de crédito otorgadas por proveedores o la contratación de empleados con habilidades especiales que le ayuden a desarrollarse.

La estrategia FA intenta maximizar las fuerzas de la empresa para afrontar las amenazas del ambiente. Así, el negocio debe usar sus

fuerzas de servicio al cliente, administrativas o de mercadotecnia, para enfrentar el riesgo que representa el lanzamiento de un producto nuevo.

La estrategia FO representa la posición más deseable. Se da cuando una empresa puede usar sus fuerzas para aprovechar las oportunidades que se le presenten. En realidad, el objetivo de la empresa es moverse desde las posiciones desventajosas (DA, DO y FA), hasta alcanzar esta situación. Si se tienen debilidades, se procurará superarlas y convertirlas en fuerzas. Si enfrenta amenazas, las sorteará de modo que pueda concentrarse en las oportunidades que tiene frente a sí.

#### **Objetivos estratégicos, estrategias, metas y políticas.**

Los Objetivos Estratégicos son resultados que, a largo plazo, la empresa espera alcanzar, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, eso quiere decir, que cuando se hable de un objetivo estratégico estamos hablando de un resultado que queremos alcanzar a largo plazo (más de un año) inspirados en la visión para cumplir con la Misión.

Los Objetivos Estratégicos suministran dirección, ayudan en la evaluación, son generadores de sinergia, son reveladores de prioridades y permiten la coordinación siendo esenciales para las actividades de control, motivación, organización y planificación efectivas.

Los Objetivos Estratégicos deben ser, siempre Cuantificables, Realizables en cantidad y calidad, Comprensibles, Estimulantes, Coherentes y escritos en forma jerárquica preferentemente.

## **Elaboración de Objetivos Estratégicos.**

Terminado el análisis interno y externo; definida la visión y misión, corresponde la elaboración de los Objetivos Estratégicos de la empresa para los próximos (cuatro) años, estos se plantean en función a las principales necesidades, requerimientos y falencias que posee la Institución en la actualidad; en los cuales se determina cada uno de los pasos necesarios que se debe seguir para su posterior ejecución.

“Se denomina objetivos estratégicos a las metas y estrategias planteadas por una organización para reforzar, a largo plazo, la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión.

Cada uno de los problemas identificados puede ser reconvertido en un objetivo, de manera que se diseñe un esquema similar en el que las relaciones causa – efecto se transforman en relaciones medios – fines. Tras fijar y seleccionar los objetivos (intermedios y operativos) habrán de estudiarse las estrategias necesarias, posibles y más convenientes para lograrlos.

El proceso de planeación estratégica, se orienta a las áreas de resultados claves y se considera funcional cuando las debilidades son disminuidas, las fortalezas incrementadas, el impacto de las amenazas atendido

oportunamente y el aprovechamiento de las oportunidades es capitalizado en el alcance de los objetivos, la Misión y la Visión de la organización.”  
(FRED David, Edición 22. USA. Editorial, 1989)

## **Implementación de las Estrategias mediante planes de acción y proyectos**

### **✓ Proyecto**

“Un proyecto es un conjunto coherente de actividades o tareas, unidas entre sí y orientadas a alcanzar uno o varios objetivos siguiendo una metodología definida dentro de una organización, un proyecto nos permite identificar “**¿El Cómo?**” vamos a lograr el desarrollo de las Estrategias de la empresa.

Dada la importancia y sus posibles implicaciones en el cabal cumplimiento de la Misión, la Visión y los Objetivos Corporativos de la empresa, esta primera fase del ciclo de vida de un Proyecto, se subdivide en dos etapas y tendrá como producto final la Ficha del Proyecto (la partida de nacimiento):

Definición: se cristaliza con la elaboración de la primera parte de la Ficha del Proyecto, basándose en los objetivos y alcances a lograr, los productos/servicios junto con sus requerimientos y calidad a ofrecer, los beneficios a lograr y los riesgos por los que atravesará el Proyecto.

Diseño: habiéndose respondido a la pregunta ¿QUÉ?, ahora nos abocaremos a precisar los aspectos técnicos faltantes, asociados al ¿CÓMO? (actividades), trataremos de encontrar el equilibrio entre los aspectos técnicos (¿QUÉ?, ¿CÓMO?), el tiempo de ejecución (¿CUÁNDO?) y el costo (¿CUÁNTO?), siendo este último el resultado entre el costo asociado al recurso, los riesgos y los beneficios a lograr. ” (STEINER, George. 1983, Primera Edición. México. Compañía Editorial Continental. Pág. 123)

Por lo tanto los proyectos tienen una unión clara a los objetivos de la organización, y al cumplimiento de su Misión y de su Visión. Para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto, equipo, tecnología y competencias claves, que proporcionen el logro de los resultados esperados por la organización, minimizando los riesgos que puedan conllevar su implantación y según su programación en el tiempo, responda a un cronograma con una duración limitada. Un proyecto debe mostrar con claridad el nombre del mismo, un objetivo, los recursos necesarios para llevarlo a cabo, el tiempo estimado para su terminación y el impacto en el logro de los objetivos. Al plantearse los proyectos para los objetivos estratégicos se debe de tener en cuenta los siguientes aspectos:

✓ **Metas**

“Establecen qué es lo que se va a lograr y cuándo serán alcanzados los resultados, pero no establecen cómo serán logrados, estas surgen de los

objetivos, las metas deben definir los grados relativos de importancia y las áreas en las cuales se deben concentrar. Generalmente las metas de la organización cumplen con funciones principales que son:

- Estar redactadas con claridad y precisión (debe ser claras y objetivas)
- Ser susceptibles de medirse.
- Tener una fecha específica o período de terminación.
- Ser factibles.

✓ **Estrategia.**

Consiste en buscar los diferentes caminos de cómo lograr los objetivos de una organización. Son las que nos permiten concretar y ejecutar los objetivos estratégicos, son el cómo hacer realidad cada objetivo y cada proyecto.” (MINTZBERG Henry y Quinn James;Segunda Edición. México. Prentice Hall Hispanoamericana S.A. pág. 5, 1998)

✓ **Políticas.**

Una política es una conducta que marca la compañía, y que sirve para describir su actitud, continuada en el tiempo, a la hora de enfrentarse a situaciones de diversa índole. El verbo asociado a una política es siempre establecer.

✓ **Tácticas.**

Podemos definir las tácticas como "pequeños caminos" para concretizar las estrategias. Cada estrategia se tiene que dividir en una serie de tácticas que precisan los movimientos específicos, indica los medios determinados que habrá de utilizar, dicho en otras palabras, la táctica tiene que quedar establecida, presupuestada y programada para cada departamento.

✓ **Responsables.**

Serán las personas encargadas de dirigir el plan Estratégico que contempla un conjunto de actuaciones cuya responsabilidad corresponderá a los diversos agentes implicados (directivos, personal administrativo, personal operativo, etc.) El responsable tiene que sentirse "propietario" del proceso y participar en él desde el punto 0. Deberá rendir cuentas del avance.

✓ **Tiempo.**

El que se ha determinado para la realización del plan este puede variar según sea el objetivo estratégico propuesto, el tiempo permite realizar un seguimiento lo más preciso posible y reaccionar oportunamente.

✓ **Recursos**

- **Humanos.-** Las personas encargadas y que intervienen en el desarrollo del objetivo

- **Materiales.**- Lo que se utilizará para el desarrollo de dicho objetivo
  
- **Económicos.**- El valor o costo que se va a realizar por motivo de la elaboración del objetivo
  
- ✓ **Resultados Esperados.**

Es la comparación de los resultados reales con las metas esperadas y la toma de acciones correctivas para hacer que los resultados concuerden con los planes. Las acciones correctivas pueden incluir el replanteamiento de las estrategias, objetivos, metas y políticas o de la misión de la organización.



## e. Materiales y Métodos

Para la realización de la presente investigación, es necesaria la aplicación de los siguientes materiales y métodos que sirvieron para recopilar información objetiva, veraz y precisa de los datos requeridos para el proyecto de investigación.

### **Materiales.**

**Cuadro N° 4.** Utilización de materiales.

<b>Nº</b>	<b>MATERIALES</b>
<b>1</b>	Computadora
<b>2</b>	Flash memory
<b>3</b>	Cámara de fotos
<b>4</b>	CD
<b>5</b>	Infocus
<b>6</b>	Escritorio
<b>7</b>	Internet
<b>8</b>	Libros de consulta
<b>9</b>	Impresiones
<b>10</b>	Anillados
<b>11</b>	Sobres de manila
<b>12</b>	Copias
<b>13</b>	Servicios Básicos
<b>14</b>	Materiales de escritorio

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Métodos.**

#### ✓ **Método descriptivo.**

Mediante la aplicación de este método se describió para saber en qué situación se encontraba la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), mediante el cual se estableció las fortalezas,

oportunidades, debilidades, amenazas y la filosofía empresarial como parte del plan estratégico y las actividades, metas y políticas requeridas para lograr cumplir los objetivos estratégicos.

✓ **Método inductivo.**

La utilización de este método permitió analizar los factores externos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) y establecer las oportunidades y amenazas, se partirá del propósito general de la empresa hasta rescatar la misión de cada una de las áreas de la empresa. Además estará presente en el análisis cuantitativo y cualitativo de las encuestas así como también en el diagnóstico de la investigación.

✓ **Método analítico.**

Este método se utilizó para la verificación de toda la información obtenida de los aspectos internos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), con el objeto de estudiarlas y examinarlas con detenimiento las entrevista, encuesta, tabulación de datos que se utilizó en el transcurso de proceso investigativo y establecer sus diferentes problemáticas.

✓ **Método deductivo.**

Este método sirvió como un conjunto de afirmaciones generales y que luego se deduce las conclusiones y recomendaciones para llegar a casos

más específicos, así como también se partió de observaciones específicas para llegar a desarrollar amplias generalizaciones. Partiendo de casos particulares se llegó a exponer conclusiones en referencia a nuestra investigación. Además sirvió para definir del análisis de los factores externos e internos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”

### **Técnicas e instrumentos.**

Es necesario establecer algunas técnicas e instrumentos los cuales permitió llegar a obtener información necesaria y real para el desarrollo de la investigación así obtenemos técnicas como la observación directa, la encuesta, la entrevista, la muestra y procedimientos aplicados en el desarrollo de la investigación.

#### ✓ **Observación directa.**

Este método permitió que el investigador se limite a observar sobre la situación actual del área, acciones y hechos de gran interés sin establecer comunicación con la población en estudio; de esta manera verificó donde se encuentra ubicada la estructura orgánica funcional actual y donde se llevó a cabo la investigación; el desempeño, funcionamiento del personal, para lo cual se utilizó los siguientes instrumentos como son: ficha de levantamiento de información, fotografías.

### ✓ **Entrevista.**

Gracias a esta técnica se logró conocer información que no se puede obtener por el método de observación directa es por ello que la entrevista se la realizó directamente al Gerente de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), y como una técnica a utilizar es la grabación en audio, ya que esta información nos ayudó a obtener información precisa y verídica de la empresa para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

### ✓ **Encuesta.**

Esta técnica se aplicó a los 6 trabajadores y a los 1.059 clientes externos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) de la ciudad de Nueva Loja, en los diferentes barrios Norte, sur, Oeste, Este, ya que ellos nos brindaran sus comentarios, sugerencias y recomendaciones para el desarrollo del presente trabajo investigativo, la misma que es considerada como el área de influencia directa, para ello se utilizará un cuestionario.

### **Población y muestra.**

El presente trabajo de investigación se lo realizó durante el período académico Abril – Diciembre 2017; la primera encuesta se aplicó a los 6 trabajadores en la empresa envasadora de agua tratada y purificada

(Adriático) y a los 1.059 clientes externos de acuerdo a los datos registrados actualmente por la empresa a nivel provincial, donde nos brindarán información veraz y útil para el desarrollo de nuestra investigación. **Dónde:**

z= Intervalo de confianza del 95% (1.96).

n = Tamaño de la muestra.

p = Porcentaje de casos favorables.

q = Porcentaje de casos desfavorables.

e = Error bajo un determinado nivel de confianza (5%).

N = Universo o población considerada.

#### **Aplicación:**

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{((1,96)^2 (0,5) (0,5) (1.059))}{((1.059) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5) (0,5))}$$

$$n = \frac{((3,8416) (0,25) (1.059))}{((1.059) (0,0025) + (3,8416) (0,25))}$$

$$n = \frac{((3,8416) (264,75))}{(2,6475 + 0,9604)}$$

$$n = \frac{1.017,0636}{3,6079}$$

$$n = 281,89 \quad \gg 282 \quad \text{Población a encuestar.}$$

## **f. Resultados**

Para la obtención de resultados y para conocer la situación real en la cual se encuentra la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), se realizó un análisis situacional de la empresa, además se construyó como propuesta en el literal de la discusión la misión, visión, valores y se planteó objetivos estratégicos para la empresa ya que en la actualidad no cuenta con una filosofía y cultura empresarial.

De acuerdo con los criterios recopilados en la entrevista realizada al gerente de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) indica que la empresa no cuenta con una estructura organizacional, por ende no cuenta con áreas adecuadamente estructuradas para el servicio y atención que ofrece la empresa, tampoco disponen de un manual de funciones que les permita conocer a los trabajadores cada una de las funciones y actividades que deben desarrollar en cada puesto para un mejor desenvolvimiento laboral.

A continuación se muestra los resultados obtenidos:

### **Análisis de factor interno.**

Para el desarrollo del análisis interno se utilizó fuentes primarias de recolección como es la encuesta aplicada a los clientes externos y a todos

los trabajadores de la empresa, además de la entrevista realizada al Sr. Aníbal Eudoro Bravo gerente propietario de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, para posterior analizar la información adquirida y reducirla en factores claves, que faciliten identificar las fortalezas y debilidades que tiene la empresa.

- ✓ **Diagnostico situacional de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.**

**Gráfico N° 5.** Empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.



**Fuente:** Investigación directa – Empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

La creación de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), nace en los primeros meses del año de 1994, es una empresa conformada por iniciativa familiar fundada por el señor Aníbal Eudoro

Bravo, como respuesta a la necesidad de las familias en la provincia de Sucumbíos. Considerando que en el mismo año de 1994, en la ciudad de Lago Agrio solo ingresaban aguas de mesa en botella, que eran elaboradas en las grandes ciudades del Ecuador, a precios muy elevados para la mayoría de habitantes de la zona; debido a varias razones; bajo este contexto en el año 1993 se realizó aún sencillo estudio de mercado y condiciones socioeconómicas de la población lagoagrense, se pensó por primera vez y se maduró la idea de contar con agua envasada tratada y purificada de mesa, en empaques flexibles o sea en funda de plástico cien por ciento natural, apta para el consumo humano y a precios accesibles.

Por ende se inició por primera vez, con un sistema de tratamiento de filtros muy sencillos hechos en el Ecuador, de poli algodón y con instalaciones elementales, se empezó a elaborar agua en funda, en presentaciones de medio litro y litro.

En un principio la máquina selladora que es la principal herramienta, era de tipo artesanal, y funcionaba manualmente, accionada por un operario, que trabajaba como sellador. En el área administrativa se encontraba el gerente propietario que desempeñaba varias funciones administrativas y operativas.



✓ **Productos y/o servicios que ofrece la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático).**

La empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), nace como respuesta a la necesidad de las familias en la provincia de Sucumbíos, de contar con agua envasada cien por ciento natural, apta para el consumo humano y a precios accesibles es por ello que dicha empresa se dedica exclusivamente a la producción y comercialización de agua tratada y purificada de mesa, en empaques flexibles o sea en funda de plástico en toda la provincia.

**Gráfico N° 6.** Proceso de producción.



**Fuente:** Investigación directa – Empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

En cuanto al sistema de producción es continuo, ya que la maquinaria es ubicada en línea, con excepción en el inicio del proceso al preparar los materiales y suministros, el procedimiento es el mismo para cada producto.

**Gráfico N° 7.** Distribución y comercialización de productos.



**Fuente:** Investigación directa – Empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático).

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ **Ubicación geográfica.**

- **Macro localización.**

Como se puede observar en la siguiente gráfica la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), se encuentra ubicado en la república de Ecuador, provincia de Sucumbíos, parroquia Nueva Loja, cantón Lago Agrio.

**Gráfico N° 8.** Mapa de la provincia de Sucumbíos.



**Fuente:** (www.sucumbios.gob.ec, s.f.)

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Entrevista al gerente propietario de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático).**

**1. ¿Me puede indicar cuales fueron los aspectos que le llevaron para emprender por primera vez esta empresa?**

El señor Aníbal Eudoro Bravo gerente propietario manifiesta que uno de los principales aspectos que pulsaron a emprender en esta actividad económica ha sido por una iniciativa familiar y por los buenos momentos que estaba cruzando el mercado local.

**2. ¿Me puede indicar detalladamente cuándo fue creada la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático)?**

El señor Aníbal Eudoro Bravo gerente propietario declara que la empresa fue creada en el año 1994, aproximadamente en el mes de marzo, luego de hacer un sencillo estudio de mercado y condiciones socioeconómicas de la población de Lago Agrio donde se pensó por primera vez y se maduró la idea de envasar agua tratada para el consumo humano con todas las normas de salubridad y por ende manifiesta que el área donde está asentada la infraestructura empresarial es propia de excelente ubicación por herencia familiar.

**3. ¿Indique qué actividades realiza la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) a la cual Usted prestigiosamente representa?**

Según versiones del señor Aníbal Eudoro Bravo las funciones o actividades a las que se dedica la empresa envasadora de agua tratada y purificada "Adriático", es la producción y comercialización al por mayor y menor de productos de consumo como agua tratada y purificada de mesa, en empaques flexibles o sea en funda de plástico en toda la provincia gracias a su reconocida experiencia y participación en el mercado.

**4. ¿Existe por parte de usted como gerente la delegación de ciertas responsabilidades en lo que respecta a la actividad administrativa de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático)?**

De acuerdo con lo que manifiesta el señor Aníbal Eudoro Bravo la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) cuenta con un jefe administrativo y un jefe financiero las cuales son los corresponsables que las funciones de la gerencia general, cuando el gerente no se encuentre en le comercial.

**5. ¿A lo largo de la vida empresarial se ha constituido una misión, visión, objetivos, estrategias y políticas para el cumplimiento de sus objetivos?**

El señor Aníbal Eudoro Bravo resalta que la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), a la cual él muy dignamente representa no tiene constituida en la actualidad una misión, visión, objetivos, estrategias y políticas, ya que todos sus resultados se han ido dando empíricamente; siendo una gran debilidad al no contar con una filosofía empresarial que identifique la imagen la empresa en el mercado local y se encuentre posesionado en mente de los consumidores y por ende guie a sus trabajadores.

**6. ¿Indique cuál es la manera en la que usted realiza la contratación y selección de la mano de obra?**

Bueno el distinguido gerente el Sr. Aníbal Eudoro Bravo menciona que la única forma que él realiza contratación del personal es mediante una publicación en la radio más sintonizada de la localidad como la 105.3 FM, en donde se hace la invitación a presentar carpetas para postularse al cargo mencionado para posteriormente ser llamado a tener una entrevista cara a cara y se procede a ser seleccionado y contratado sin una prueba de evaluación de conocimientos del postulante.

**7. ¿La empresa, que usted representa realizan algún tipo de promociones para mantener la fidelidad de los clientes y de los futuros clientes?**

Según el comentario Sr. Aníbal Eudoro Bravo afirma que si realizan algún tipo de promoción o descuentos pero son para los clientes que compran el producto al por mayor.

**8. ¿Qué medios de comunicación utiliza usted como gerente para dar a conocer la existencia de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) como también el ofrecimiento de sus productos?**

El Sr. Aníbal Eudoro Bravo actualmente gerente propietario manifiesta que los medios de prioridad que él para dar a conocer sus productos son: la radio (FM 105.3-Sucumbios) y TV (Lago Sistema).

**9. La infraestructura mediante el cual ejercer la actividad comercial, cuenta con todos los requerimientos y parámetros de seguridad necesarios para su funcionamiento y el desarrollo de actividades.**

El Sr. Aníbal Eudoro Bravo gerente indica que la infraestructura para la actividad comercial no cuenta completamente con todos los

requerimientos y parámetro de seguridad necesarios para su funcionamiento y el desarrollo de actividades, y que es precisamente en lo que necesitan invertir.

**10. La empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” cuenta con un organigrama estructural y manual de funciones para ejercer correctamente cada una de las actividades encomendadas a los trabajadores.**

De acuerdo a la entrevista al señor Aníbal Eudoro Bravo gerente manifiesta que la empresa no cuenta con ningún un organigrama estructural, ni tampoco con un manual de funciones o actividades detalladas que tienen que cumplir los trabajadores.

**11. ¿Qué tipo de herramienta tecnológica utiliza en la empresa actualmente para el mejoramiento de sus servicios y de la producción?**

Según versiones dadas por el Sr. Aníbal Eudoro Bravo únicamente se utiliza un programa contable, aunque solamente para facturación y los procesos financieros básicos gracias a la destreza del buen manejo de recursos humanos y materiales.



**12. ¿La empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, realiza la aplicación de la planeación estratégica?**

El señor Aníbal Eudoro Bravo gerente agrega que desde que inició las actividades la empresa no ha contado con ningún tipo de planeación estratégica ya que todo se lo ha hecho de manera empírica.

**13. ¿Dentro de sus gestiones existe un plan de capacitación e inducción para el personal de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

Actualmente no se le ha ofrecido capacitación al personal.

**14. ¿Por medio de que tácticas realiza usted como gerente la comercialización de sus productos?**

El Gerente indica que se comercializa a nivel local entregando directamente en el local o a domicilio.

**15. ¿De qué maneras realiza usted la toma de decisiones en la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

El señor Aníbal Eudoro Bravo indica que la manera más correcta para realizar una toma de decisiones es de manera abierta y que se reúnen solamente cuando consideran necesario.

**16. ¿Cómo considera usted a la competencia frente a la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

La competencia en el sector es normal aunque a nivel provincial es fuerte ya que existen otras empresas que venden a precios muy competitivos.

**17. Usted como gerente propietario de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” ¿Indique que fortalezas le han permitido mantenerse en el mercado local y en mente del consumidor hasta la actualidad?**

Según el Gerente unas de las más grandes fortalezas que conserva la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, es la buena administración que la direcciona hacia el éxito y el cumplimiento de sus objetivos.

**18. Durante todo el tiempo que lleva como gerente de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, me puede indicar. ¿Cuál sería para usted la debilidad más fuerte que puede presentar la empresa?**

Las principales debilidades que acarrea la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, son la falta de personal capacitado lo que no permite ofrecer un servicio de calidad y atención personalizada que es lo que anhelan los clientes.

## **Análisis e interpretación.**

Una vez de haber concluido la entrevista realizada al señor Aníbal Eudoro Bravo gerente propietarios de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” se puede determinar que la empresa viene teniendo una larga y estable vida empresarial dentro del mercado local de la Provincia de Sucumbíos gracias a su reconocida experiencia y participación en el mercado, ofreciendo la entrega de sus productos a domicilio tanto al por mayor como al por menor. Por otro lado las falencias más notables que nos puedo señalar el señor Aníbal Eudoro Bravo están en la falta de capacitación e inducción al personal, falta de programas de publicidad en los diferentes medios de comunicación, además le hace falta incrementar herramientas administrativas, y en la actualidad se puede indicar que la empresa no posee un organigrama estructural y un manual de funciones o actividades detalladas que tienen que cumplir los trabajadores. Por otra parte las decisiones son comunicadas a los trabajadores por medio de reuniones que se mantiene en un momento indicado y oportuno, otra de las equivocaciones seria en los procesos erróneos al momento de contratar nuevos trabajadores lo que no permite el reconocimiento adecuado de las actividades que deben desempeñar cada trabajador y finalmente se observa la existencia de una inadecuada distribución de áreas o espacios en el interior de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

## Encuestas a trabajadores de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

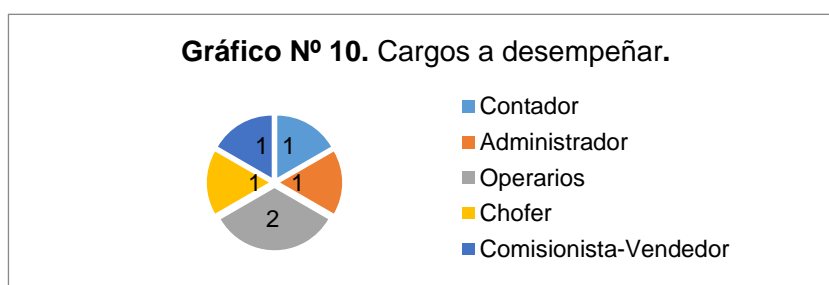
### 1. ¿Qué cargo desempeña en la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?

**Cuadro N° 6.** Cargos a desempeñar.

Alternativas	Frecuencia
Contador	1
Administrador	1
Operarios	2
Chofer	1
Comisionista-Vendedor	1
<b>Total</b>	<b>6</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Empresa “Adriático”.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



Fuente: Cuadro N° 6 – Cargos a desempeñar.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### Análisis e Interpretación.

De acuerdo a la encuesta aplicada a los trabajadores se puede determinar que la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” tiene los siguientes puestos de trabajo y el número de personas por cada puesto: administrador, contador, 2 operarios, comisionista - vendedor, chofer.

**2. ¿Sabe Usted si la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” cuenta con una misión y visión?**

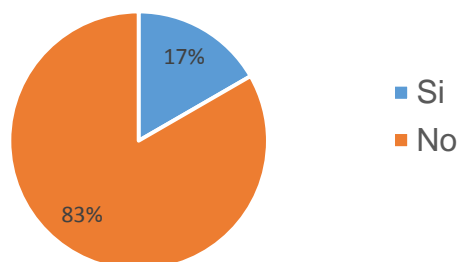
**Cuadro N° 7. Filosofía empresarial.**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	17%
No	5	83%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Gráfico N° 11. Filosofía empresarial.**



**Fuente:** Cuadro N° 7 - Filosofía empresarial.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

Como se observa en el gráfico es evidente que el 83% de trabajadores no conoce si la empresa cuenta con una misión y visión, mientras que el 17% si tiene conocimiento.

**3. ¿Conoce Usted de los valores y estrategias que aplica de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

**Cuadro N° 8.** Valores y estrategias empresarial.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	17%
No	5	83%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 8 - Valores y estrategias empresarial.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

De acuerdo al análisis del gráfico nos indica que el 17% conoce los valores y estrategias de la empresa, sin embargo el 83% tiene desconocimiento total.

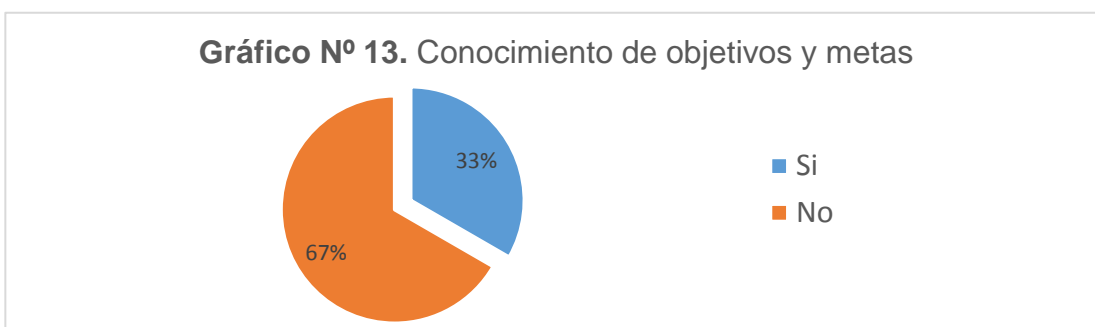
**4. ¿Conoce Usted si la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, tiene definidos sus objetivos y metas?**

**Cuadro N° 9.** Conocimiento de objetivos y metas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	33%
No	4	67%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 9 - Conocimiento de objetivos y metas.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

Según los resultados encuestados el 33% tiene desconocimiento mientras que el 67% conoce sobre la definición de sus objetivos y metas.

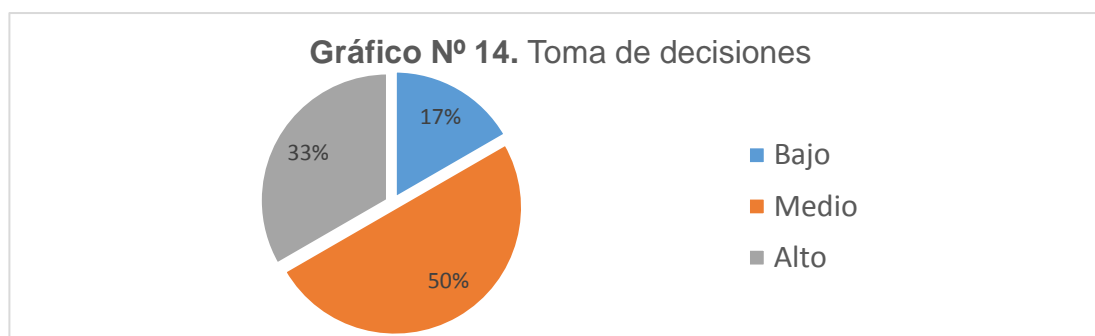
5. ¿La toma de decisiones del gerente de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” es adecuada? Califique su nivel de apreciación.

**Cuadro N° 10.** Toma de decisiones.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	17%
Medio	3	50%
Alto	2	33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 10 - Toma de decisiones.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

El nivel que califican los trabajadores de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, indican una buena toma de decisiones por parte del gerente correspondiente al 50% al nivel medio, el 33% corresponde a un nivel alto mientras que el 17% se define a nivel bajo.



6. Considerando que la planeación estratégica incluye la aplicación de las políticas y estrategias para lograr los objetivos y propósitos básicos de la empresa. ¿Cómo cree Usted que la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” aplica la planeación estratégica?

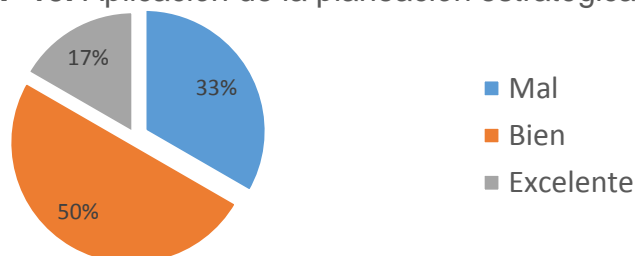
**Cuadro N° 11.** Aplicación de la planeación estratégica.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mal	2	33%
Bien	3	50%
Excelente	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Gráfico N° 15.** Aplicación de la planeación estratégica.



**Fuente:** Cuadro N° 11 - Aplicación de la planeación estratégica.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

Mediante el criterio de los trabajadores de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” se obtiene que el 33% de la aplicación de planeación estratégica se definida como mala, mientras que el 50% de los trabajadores definen bien y finalmente el 17% lo define como excelente a la aplicación de estrategias.

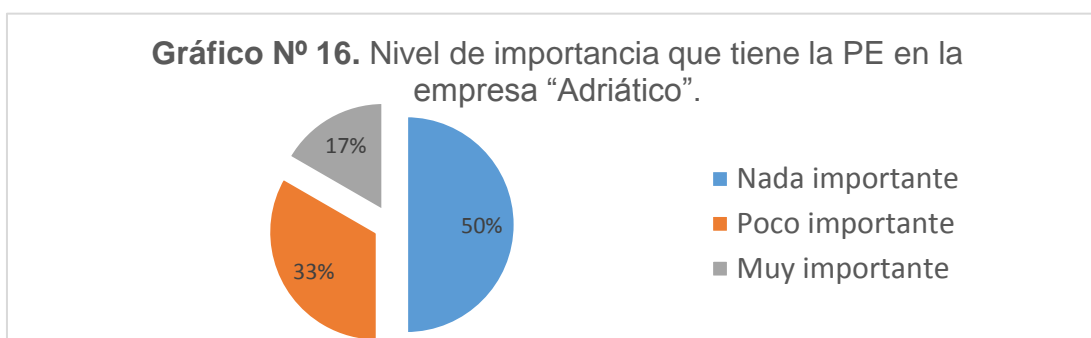
7. ¿Para Usted la aplicación de la planeación estratégica en la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, qué nivel de importancia tiene?

**Cuadro N° 12.** Nivel de importancia.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada importante	3	50%
Poco importante	2	33%
Muy importante	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 12 - importancia que tiene la PE,

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

De acuerdo a la obtención de resultados nos demuestra que el 50% de trabajadores no cree importante la aplicación de la planeación estratégica, el 33% poco importante y mientras que el 17 % de trabajadores indican que es muy importante.

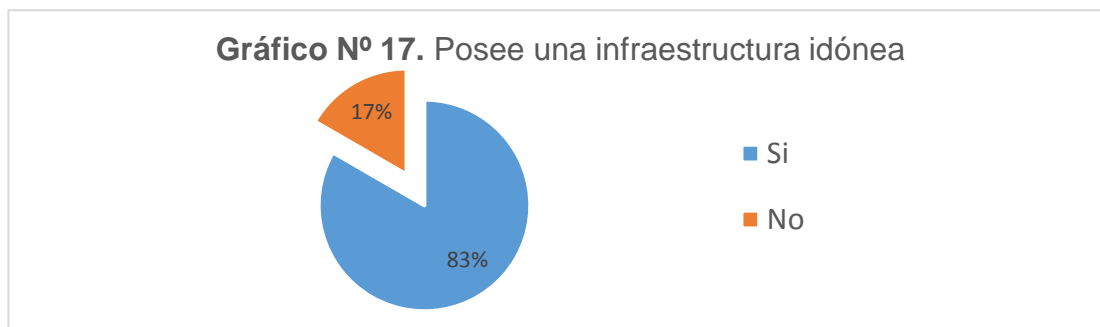
**8. ¿Considera usted que la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” posee una infraestructura idónea para el desarrollo de sus actividades?**

**Cuadro N° 13.** Posee una infraestructura idónea.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	83%
No	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 13 - Posee una infraestructura idónea.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

Según los resultados reflejados de esta pregunta la mayoría de los trabajadores indican que el 83% de la infraestructura es idónea para el desarrollo de las actividades, aunque el 17% del restante de los trabajadores resaltaron que la infraestructura no es idónea por la falta de movilidad que existe en cada una de las áreas debido a la desorganización.

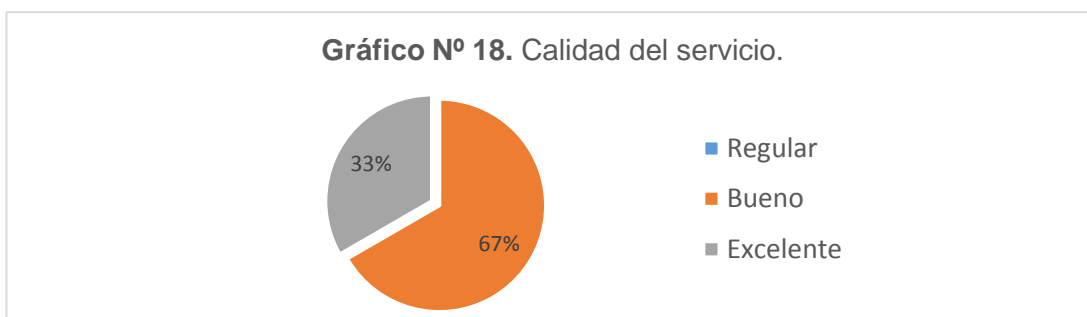
**9. ¿De acuerdo a su criterio como califica el servicio que brinda la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

**Cuadro N° 14.** Calidad del servicio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Regular	0	0%
Bueno	4	67%
Excelente	2	33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 14 - Calidad del servicio.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

De acuerdo los resultados reflejados sobre la calidad del servicio que brinda la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, en donde la mayoría de sus colaboradores resaltan que el 67% del servicio es excelente, de lo contrario el 33% restante consideran que son buenos. Lo que con lleva a un profundo análisis en donde podemos decir que existe una inadecuada distribución física que tiene la empresa lo que impide una correcta atención; asimismo los trabajadores consideran que si existiera adiestramientos en relación a la atención al cliente ellos podrían brindar y ofrecer un buen servicio de calidad y calidez en beneficio del crecimiento empresarial.

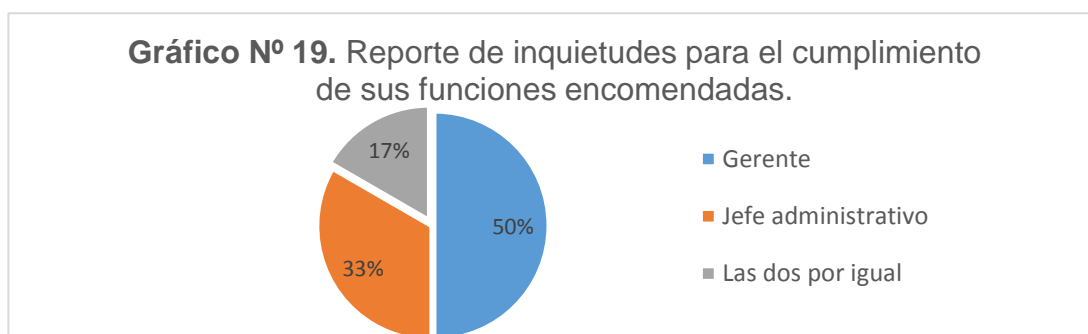
**10.¿A quién reporta sus inquietudes para el cumplimiento de sus funciones encomendadas?**

**Cuadro N° 15. Reporte de inquietudes**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Gerente	3	50%
Jefe administrativo	2	33%
Las dos por igual	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada "Adriático".

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 15 - Reporte de inquietudes

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

De acuerdo a la encuesta realizada a los trabajadores de la empresa envasadora de agua tratada y purificada "Adriático" el 33% del personal manifiesta que se reporta al Jefe administrativo, y el 50% reporta al gerente mientras tanto el 17% reportan sus inquietudes tanto al gerente y al administrador. Lo cual esto podría dificultar la administración de debido a la centralización de las decisiones.

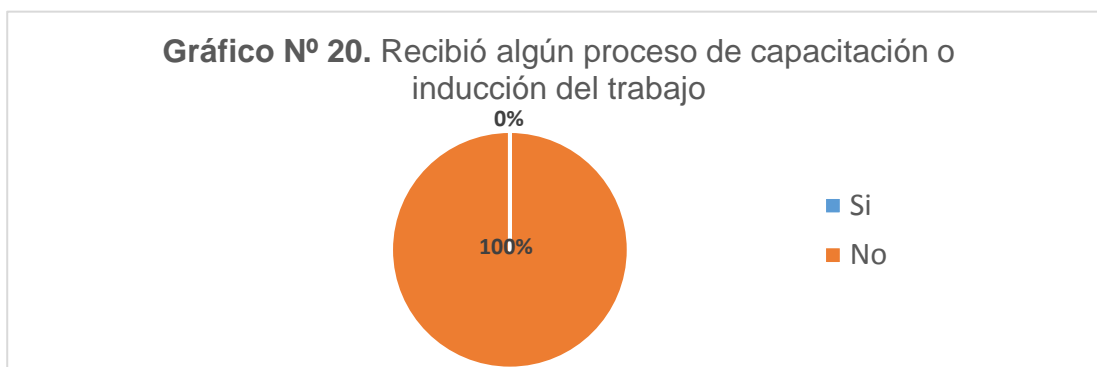
**11. ¿Cuándo usted se integró a laborar por primera vez en la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, recibió algún tipo de capacitación o inducción al puesto de trabajo que va a ejercer?**

**Cuadro N° 16.** Recibió algún proceso de capacitación o inducción del trabajo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	6	100%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 16 - Recibió algún proceso de capacitación o inducción al trabajo.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

De acuerdo a la interpretación, se logra demostrar que, para ningún puesto a existido un proceso de capacitación apropiada, esto con lleva a tiempos muy largos de adaptación y conocimiento del puesto de trabajo, por parte de los nuevos trabajadores.

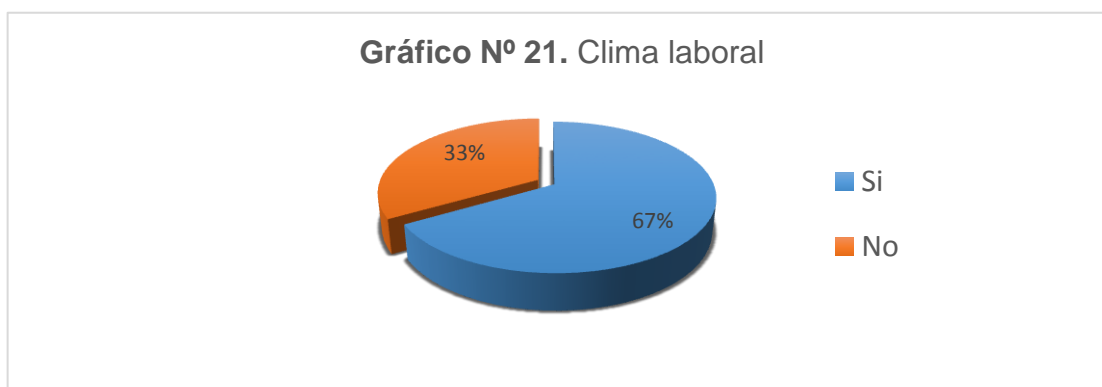
**12. ¿Podría decirme Uds. si dentro de la empresa Adriático existe un buen clima laboral?**

**Cuadro N° 17. Clima laboral.**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	67%
No	2	33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los trabajadores de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada "Adriático".

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N°17 - Recibió algún proceso de capacitación o inducción al trabajo.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

De acuerdo a la pregunta realizada se pudo concluir que un 67% del personal opina que si existe un buen clima laboral; mientras tanto el 33% opinan diferente y asegura que no es un agradable ambiente laboral debido a su carga laboral.

## Encuesta a los clientes externos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

### 1. ¿Usted es una persona económicamente activa?

**Cuadro N° 18.** Persona económicamente activa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	282	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Gráfico N° 22.** Persona económicamente activa



**Fuente:** Cuadro N° 18 - Persona económicamente activa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

Mediante los resultados obtenidos indica que el 100% personas pertenecen a la población económicamente activa la cual nos ayudarían con información veraz y oportuna para el cumplimiento de la investigación.



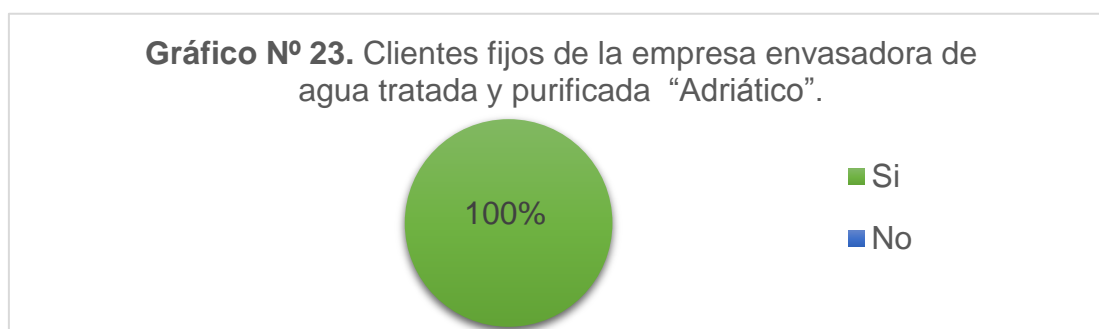
## 2. ¿Se considera usted un cliente fijo de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?

**Cuadro N° 19.** Clientes fijos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	282	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 19 - Clientes fijos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

De acuerdo con los resultados reflejados en la pregunta anterior cabe indicar que el 100% de personas se consideran como clientes potenciales para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, la cual nos proporcionarían una investigación clara y eficaz para el cumplimiento de la investigación y de sus objetivos.

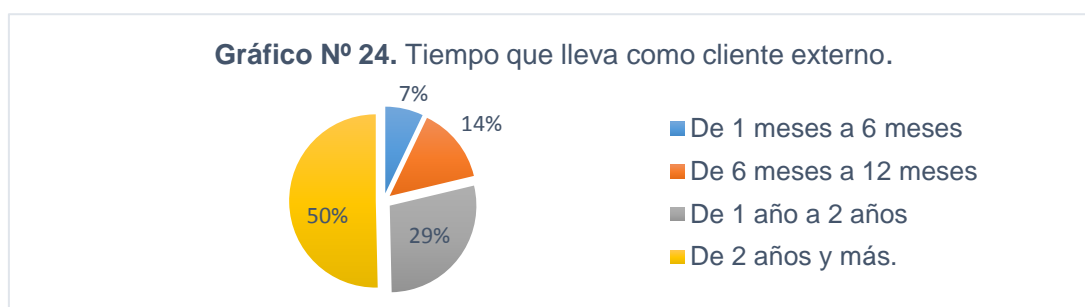
### 3. ¿Qué período lleva como cliente de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.?

**Cuadro N° 20.** Tiempo que lleva como cliente externo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 meses a 6 meses	20	7%
De 6 meses a 12 meses	40	14%
De 1 año a 2 años	80	29%
De 2 años y más.	142	50%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 20. Tiempo que lleva como cliente externo.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

Según los resultados conseguidos de la actual pregunta se puede determinar el período que llevan como clientes de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, dónde la mayoría de clientes corresponde al 50% por más de 2 años denominándolos cómo clientes seguros o estables para la empresa; mientras tanto que él 29% corresponden entre 1 a 2 años; y de 6 a 12 meses se obtiene el 14%; de 1 a 6 meses se refleja únicamente el 7%. Pudiendo así concluir que la empresa “Adriático”, cuenta con la fidelidad de sus clientes por muchos años adquiriendo sus productos.

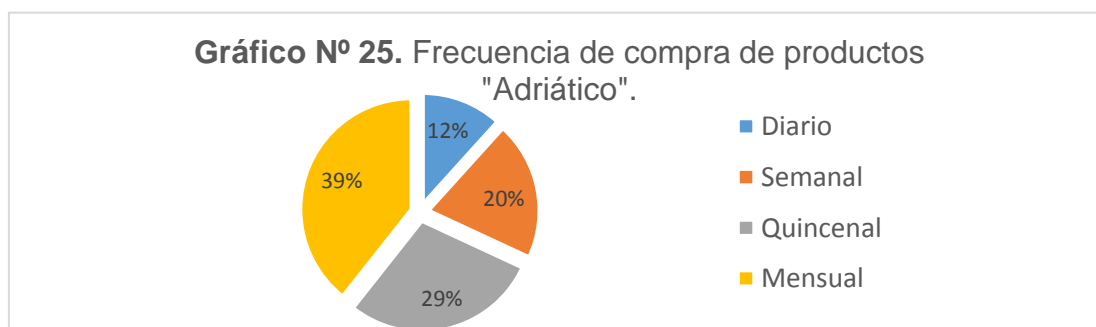
#### 4. ¿Con qué frecuencia adquiere productos “Adriático”?

**Cuadro N° 21.** Frecuencia de compra.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Diario	33	12%
Semanal	57	20%
Quincenal	81	29%
Mensual	111	39%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 21 - Frecuencia de compra.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

#### **Análisis e Interpretación.**

De acuerdo al análisis del gráfico se puede conocer con qué periodicidad los clientes adquieren productos “Adriático” dónde el 12% lo compran diariamente; mientras tanto el 20% realizan sus compras semanalmente; el 29% lo obtienen para su consumo quincenalmente; y finalmente resaltamos que el 39% la mayoría de clientes lo adquieren mensualmente.

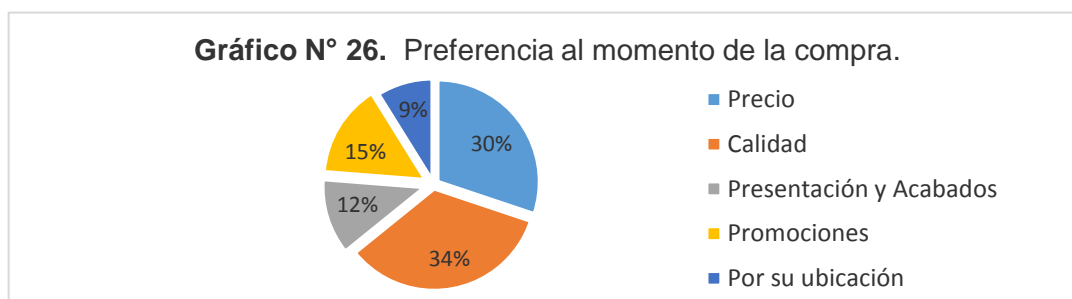
## 5. Cuando usted adquiere los productos que brinda la empresa de agua tratada y purificada “Adriático” ¿por qué los prefiere?

**Cuadro N° 22.** Preferencia al momento de la compra.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Precio	85	30%
Calidad	96	34%
Presentación y Acabados	34	12%
Promociones	42	15%
Por su ubicación	25	9%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 22 - Preferencia por competidores.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### Análisis e Interpretación.

Mediante el análisis de los resultados se puede determinar por medio del gráfico lo referente a la preferencia de productos de la competencia por parte de los clientes dónde el 43% indica que lo haría si la competencia ofrece promociones; el 17% lo haría si le ofrecieran precios más bajos por la compra; mientras tanto el 16% lo haría por su calidad que ofrece; y el 15% lo adquieren por su mejor presentación y terminado; finalmente el 9% lo haría por su ubicación empresarial. En definitiva se puede concluir que la mayoría de los clientes de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” se cambiarían a la competencia si esta ofreciera productos de mejor calidad a precios más bajos y más promociones.

**6. La calidad de los productos que comercializa y expende la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” son:**

**Cuadro N° 23.** Apreciación de la calidad de productos “Adriático”.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Regular	16	6%
Bueno	109	39%
Muy bueno	120	42%
Excelente	37	13%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Gráfico N° 27.** Apreciación de la calidad de productos “Adriático”.



**Fuente:** Cuadro N° 23 - Apreciación de la calidad de productos “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

Según los criterios obtenidos mediante el gráfico anterior demuestran la apreciación de la calidad de los productos que ofrece la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” a los clientes, indicando que en su mayoría representa el 42% de muy buena calidad, mientras que el 39% de los clientes identifican que la calidad el producto es buena, y el 13% indica que la calidad es excelente y finalmente se obtiene un 6% de los clientes que consideran que la calidad es mala. En síntesis podemos decir según el criterio manifestado por los clientes establece que la calidad del producto “Adriático” es de buena y muy buena demostrándose que es apta para su consumo.

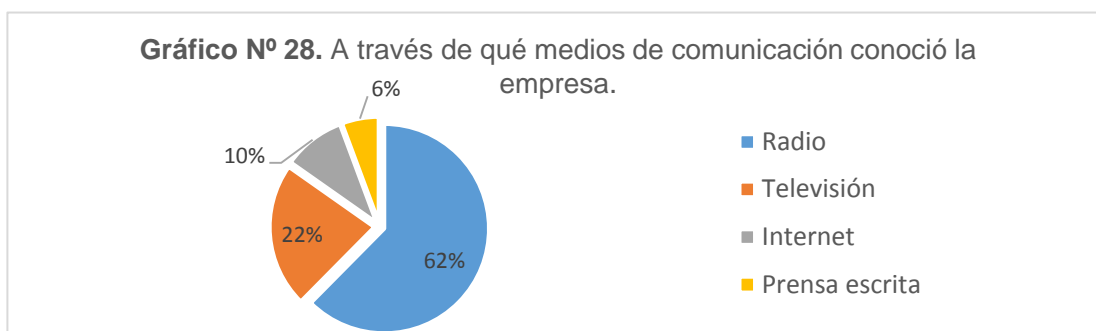
**7. ¿A través de qué medios de comunicación conoció de la existencia de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” y de sus productos?**

**Cuadro N° 24.** Medios de comunicación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Radio	176	62%
Televisión	63	22%
Internet	27	10%
Prensa escrita	16	6%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 24 - Medios de comunicación.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

De acuerdo a la interpretación gráfica se puede definir los medios de comunicación por el cual conocieron existencia de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” y de sus productos, es por ello que el 62% de los clientes lo han escuchado por la radio; el 22% por la televisión; y el 10% de los clientes indica que han vistos sus publicaciones por el internet en redes sociales; y mientras que 6% de los clientes informaron que ellos conocieron de la existencia de la empresa por medio de la prensa escrita que circula en la localidad.

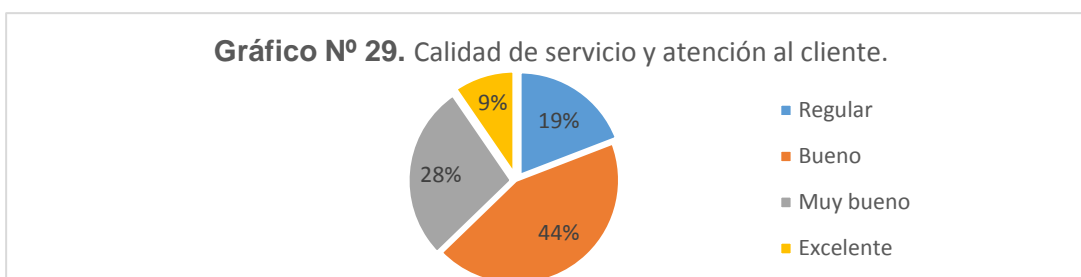
**8. ¿Cómo considera usted la calidad de servicio y atención al cliente que brinda la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

**Cuadro N° 25.** Calidad de servicio y atención al cliente.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Regular	54	19%
Bueno	123	44%
Muy bueno	78	28%
Excelente	27	9%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 25 - Calidad de servicio y atención al cliente.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

Cómo podemos determinar en el presente gráfico indica que el 44% de su totalidad de los clientes considera que el servicio y la atención al cliente que les brindan la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” son considerablemente buena; por otro lado el 28% de los clientes indican que es completamente muy buena; el 19% indica que el servicio y la atención al cliente es regular ya que no se sienten completamente satisfechos, a diferencia del 9% quienes indican que es un excelente servicio que ofrece la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” a sus clientes.

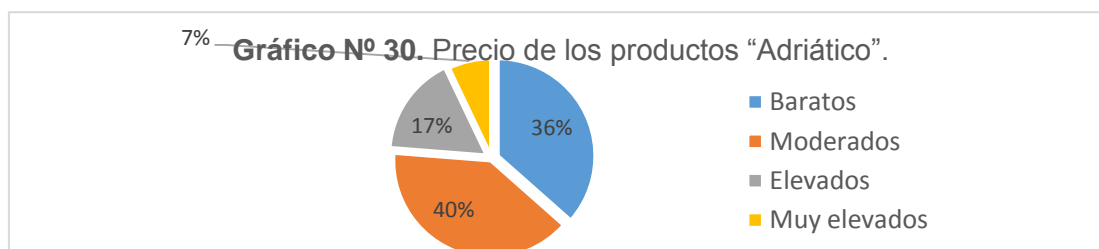
**9. ¿Cómo considera usted el precio de los productos que ofrece y comercializa la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” en el mercado?**

**Cuadro N° 26.** Precio de los productos “Adriático”.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Baratos	103	36%
Moderados	112	40%
Elevados	47	17%
Muy elevados	20	7%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 26 - Precio de los productos “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

En relación a los precios de los productos que comercializa y expende la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” se puede determinar según el criterio de cada uno de los clientes en donde el 40% consideran que son moderados; el 36% piensan relativamente que son baratos; y de lo contrario el 17% de los clientes consideran que los productos tienen un costo elevado; y mientras que 7% de la otra parte de los clientes estiman que poseen un costo sumamente muy elevados.

Entonces una vez concluida la demostración de los resultados obtenidos de aquella pregunta se puede establecer como una fortaleza para la empresa ya que sus precios son normales y económicos siendo aún más accesibles y aceptables en el mercado local



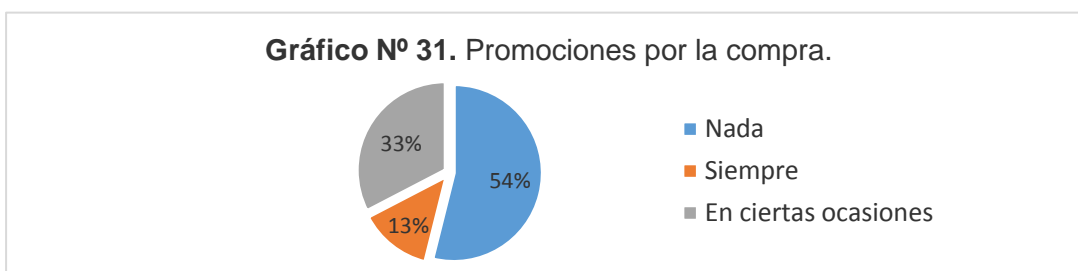
**10. ¿Usted ha recibido promociones por la compra de productos adquiridos en la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.?**

**Cuadro N° 27.** Promociones por la compra.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada	152	54%
Siempre	38	13%
En ciertas ocasiones	92	33%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 27 - Promociones por la compra.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

En relación a la demostración gráfica se puede establecer si los clientes han recibido promociones por la compra de los productos “Adriático”, teniendo como referencia que el 54% de las personas encuestadas indica que no han recibido ninguna promoción por parte de la empresa; mientras tanto el 33% consideran que han recibido promociones en ciertas ocasiones; y finalmente el 13% afirman que siempre les han dado algún tipo de promoción por la compra de sus productos.

**11. ¿Por la compra de un producto para su consumo ¿Qué tipo de ofertas y/o promoción le gustaría obtener?**

**Cuadro N° 28.** Ofertas y/o promociones por la adquisición de un producto.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Cupones	41	14%
Descuentos	99	35%
Rifas	33	12%
Premios	75	27%
2 por 1	34	12%
Ninguno	0	0%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 28 - Ofertas y/o promociones por la adquisición de un producto.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

En síntesis podemos resaltar los tipos de ofertas y promociones que los clientes le gustaría obtener por parte de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” donde el 35% de población encuestada manifiesta que ha recibido excelentes descuentos; en un 27% obtienen fabulosos premios por la compra; mientras que un 12% de los clientes consideran que realizan rifas e incluso entregas de 2 por 1 de sus productos.

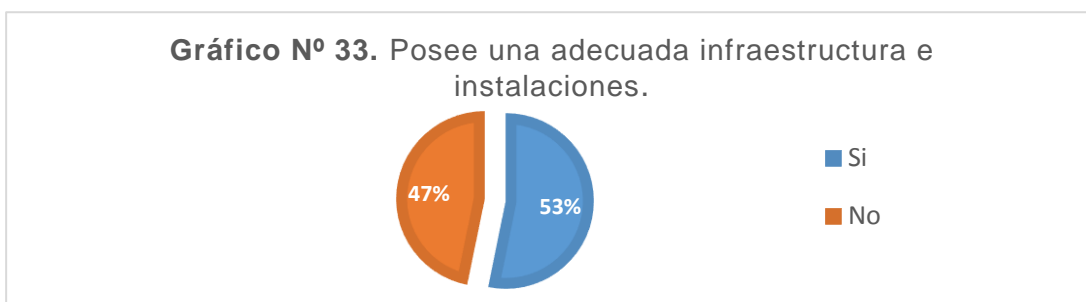
**12. ¿Considera usted que la infraestructura e instalaciones de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” son las apropiadas?**

**Cuadro N° 29.** Posee una adecuada infraestructura e instalaciones.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	132	47%
No	150	53%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 29 - Posee una adecuada infraestructura e instalaciones.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

El análisis de los resultados demuestran que el 53% de los clientes testifican que la infraestructura de la empresa es de óptimas condiciones para la aplicación de sus procedimientos; de lo contrario la otra parte de clientes indican que 47% no son las adecuadas para el servicio que deberían prestar a sus consumidores de la localidad.

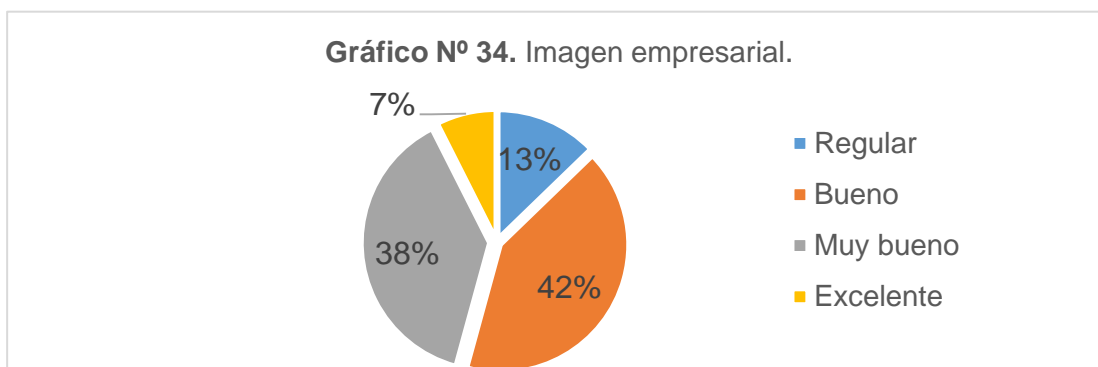
**13. ¿Desde su perspectiva la imagen de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” se considera?**

**Cuadro N° 30.** Imagen empresarial.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Regular	36	13%
Bueno	117	42%
Muy bueno	108	38%
Excelente	21	7%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 30 - Imagen empresarial.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Análisis e Interpretación.**

En el presente esquema se demuestra el criterio de aceptación que tiene la imagen empresarial hacia los clientes donde se establece que el 42% de la imagen es buena; el 38% indica que la imagen es muy buena; y el 13% indica que la imagen de la empresa es regular o mala; y finalmente el 7% consideran que la imagen es excelente.

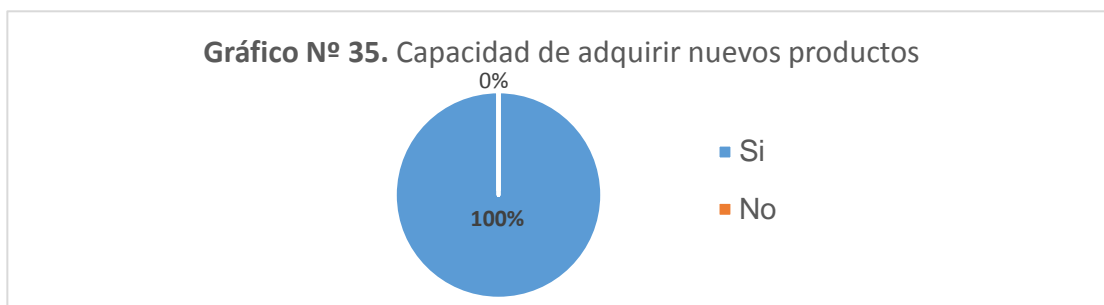
**14. Si la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” tendría la capacidad de crear nuevos producto para el consumo humano ¿Usted como cliente potencial de la empresa estaría dispuesto a adquirirlos?**

**Cuadro N° 31.** Capacidad de adquirir nuevos productos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	282	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los clientes externos de la Emp. Envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



**Fuente:** Cuadro N° 31 - Capacidad de adquirir nuevos productos.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

### **Análisis e Interpretación.**

Al consultar a los clientes si la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” tendría la capacidad de crear nuevos producto estaría dispuesto a comprar de ellos, donde la mayoría de los clientes indican que un 100% aceptarían apoyar con la iniciativa de la empresa gracias a su participación continua en el mercado y a su imagen empresarial.

**✚ Matriz EFI de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.**

Asigne un peso entre 0.0 (no importante) a 1.0 (absolutamente importante) a cada uno de los factores. El peso adjudicado a un factor dado indica la importancia relativa del mismo para alcanzar el éxito de la empresa. Independientemente de que el factor clave represente una fuerza o una debilidad interna, los factores que se consideren que repercutirán más en el desempeño de la empresa deben llevar los pesos más altos y el total de todos los pesos debe de sumar 1.0. Así mismo se asignó la calificación de 1 a 4, con el objeto de indicar si las estrategias presentes de la empresa están respondiendo con eficacia al factor, donde 4 = una respuesta superior, 3 = una respuesta superior a la media, 2 = una respuesta media y 1 = una respuesta mala la suma de las calificaciones ponderadas de cada variable para determinar el total ponderado de la empresa entera.

Sea cual fuere la cantidad de factores que se incluyen en una matriz EFI, el total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5. Los totales ponderados muy por debajo de 2.5 caracterizan a las organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una posición interna fuerte. La matriz EFI, al igual que la matriz EFE, debe incluir entre 10 y 20 factores clave. La cantidad de factores no influye en la escala de los totales ponderados porque los pesos siempre suman 1.0.

**Cuadro N° 32. Matriz de evaluación de fortalezas.**

Nº	FACTORES DE ÉXITO	FUENTE	PESO ESPECIFICO	CALIFICACIÓN	TOTAL DE PONDERACIÓN
<b>FORTALEZAS</b>					
1	Buena imagen empresarial e Infraestructura propia en excelente ubicación.	Preg 13_CLIENTES (pag. 94) Preg 2_GERENTE (pag. 62)	0,09	4	0,36
2	Tecnología adecuada y manejo de los recursos humanos, materiales.	Preg 11_GERENTE (pag. 66)	0,09	4	0,36
3	Agradable ambiente de trabajo.	Preg 12_TRABAJADORES (pag. 81)	0,09	4	0,36
4	Capacidad administrativa y financiera.	Preg 4_GERENTE (pag. 63)	0,09	4	
5	Empresa reconocida por su experiencia y participación en el mercado.	Preg 3_GERENTE (pag. 63)	0,09	4	0,36
6	Cuenta con precios accesibles y con productos de muy buena calidad para el bienestar de los consumidores.	Preg 6, 9 y 14_CLIENTES (pag. 87, 90, 95)	0,09	4	0,36
7	Buena atención y servicios oportuno al cliente	Preg 8_CLIENTES, (pag. 89) Preg 9_TRABAJADORES, (pag. 88) Preg 18_GERENTE (pag. 68)	0,07	3	0,20
8	Capacidad de crear nuevos productos.	Preg 14_CLIENTES (pag. 95)	0,07	3	0,20
<b>DEBILIDADES</b>					
1	Falta de planeación estratégica.	Preg. 6_TRABAJADORES, (pag. 75) Preg. 12_GERENTE (pag. 67)	0,07	3	0,20
2	Carencia de medios publicitarios.	Preg 7_CLIENTES, (pag. 88) Preg 8_GERENTE (pag. 65)	0,07	3	0,20
3	No se aplican procesos administrativos.	Preg 10_GERENTE (pag. 66)	0,07	3	0,20
4	No existe adecuada estructura organizacional.	Preg 12_CLIENTES, (pag. 93) Preg 8_TRABAJADORES, (pag. 77) Preg 9_GERENTE (pag. 65)	0,04	2	0,09
5	No cuenta con personal calificado	Preg 6_GERENTE (pag. 64)	0,04	2	0,09
6	No cuenta con programas de capacitación.	Preg 11_TRABAJADORES, (pag. 80) Preg 13_GERENTE (pag. 67)	0,02	1	0,02
7	Falta de una filosofía y cultura empresaria	Preg 2, 3 y 4_TRABAJADORES, (pag. 71, 72, 73) Preg 5_GERENTE (pag. 64)	0,02	1	0,02
<b>TOTAL</b>			<b>1</b>		<b>3,00</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

## ✚ **Análisis de factores externos.**

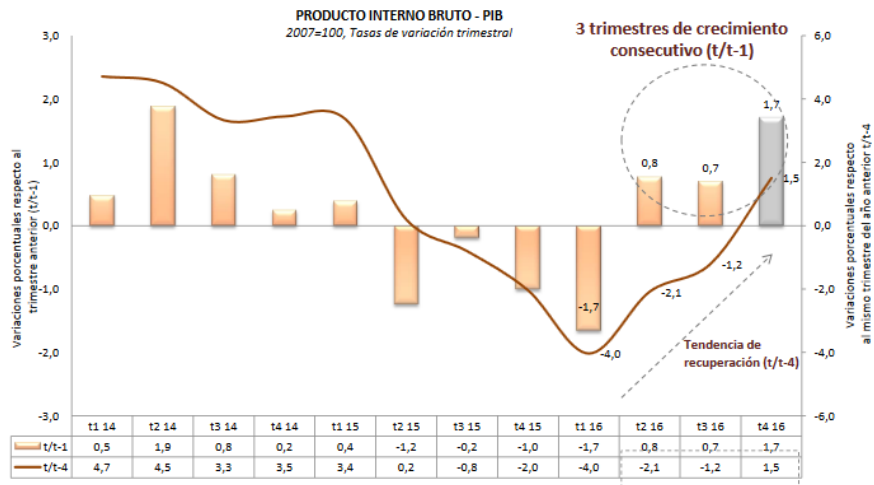
Para el avance del análisis externo se levantó información actualizada sobre las PETS (política, economía, tecnología y social) del Ecuador, además se empleó el análisis de las 5 fuerzas de Porter y el análisis FODA para establecer de una u otra manera si afecta o no a la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, de igual manera se procedió al cálculo del índice de satisfacción considerando como referencia la toma de decisiones.

### ✓ **Factor económico y financiero del país.**

El Ecuador luego de recuperarse de los efectos de la crisis global, su economía ha logrado alcanzar un considerable crecimiento en los últimos años, esto se puede observar en los registros históricos de las tasas de crecimiento del PIB, año 2014 con 5,2%; el año 2015 con el 4,6% y de igual forma el año 2016 con el 4,0%, aunque se han desacelerado muy progresivamente.



**Gráfico Nº 36. Producto Interno Bruto PIB Ecuador**



Fuente: (BCE, 2017)

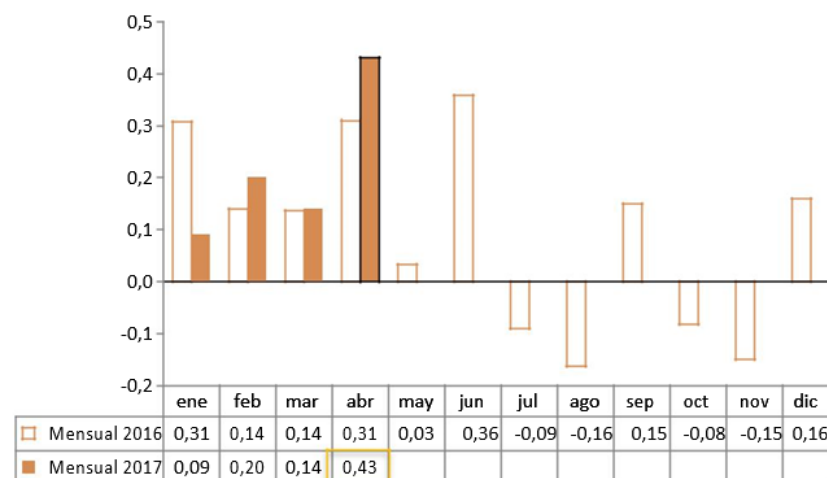
Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

La economía de Ecuador crecerá 1,42% en 2017, dijo la gerenta del Banco Central del Ecuador (BCE), durante un conversatorio con la prensa.

La proyección de crecimiento se explica porque "existen signos de recuperación de la economía" y por factores como el alza del precio del petróleo y las futuras exportaciones que Ecuador realizará a la Unión Europea, fruto del acuerdo comercial recién suscrito

Otro indicador económico es la inflación, que para el año 2017 el país inició con una inflación anual de 3,63%, y con una inflación mensual de 0,59% en enero del 2017, registro publicado por el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

**Gráfico N° 37. Inflación anual.**



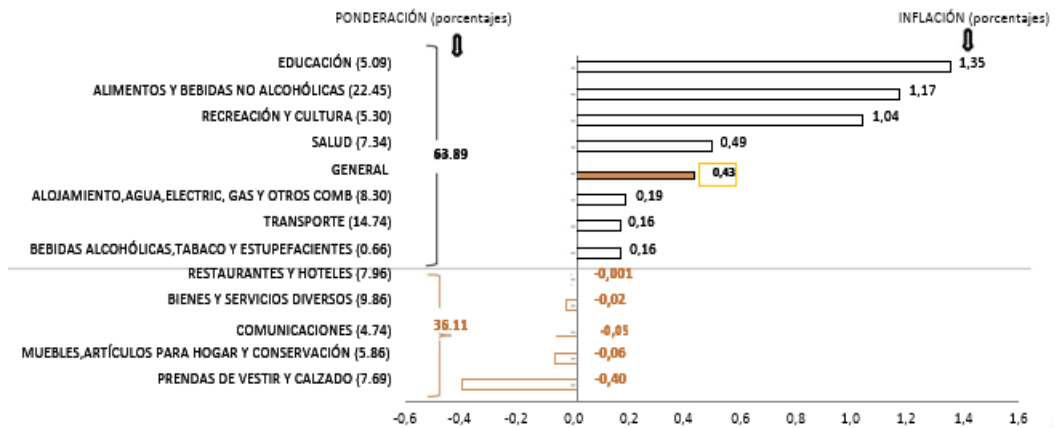
**Fuente:** (BCE, 2017)

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

Porcentaje que se incrementó considerablemente en el mes de abril ubicando la inflación en el 0,84%, dentro del cual la división de alimentos y bebidas no alcohólicas fue la que más contribuyó, debido principalmente por las condiciones climáticas y al cierre de algunas arterias viales (tronal de la sierra), lo que ha demorado frecuentemente el abastecimiento de ciertos productos presentando así una variación del 1,63%.

En la venta de alimentos los precios han sufrido un incremento muy notable, representando un porcentaje alto con relación a los años anteriores lo que determina un índice elevado de inflación.

**Gráfico N° 38.** Inflación mensual por divisiones de productos

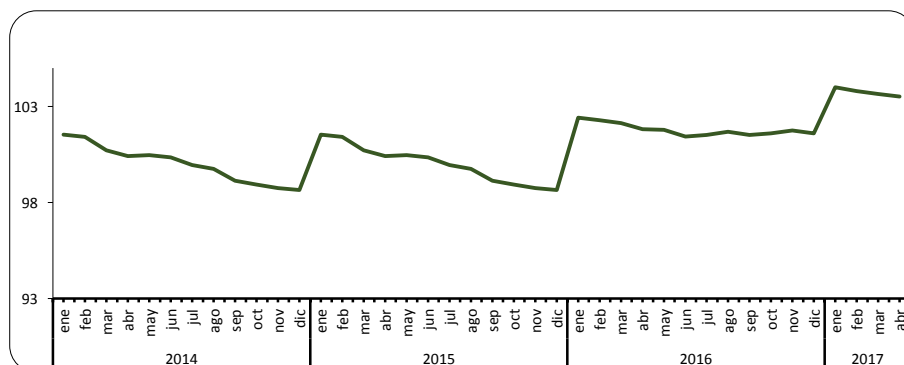


**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2017)

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

Aunque es un dígito porcentual inflacionario se debe recalcar que el valor del dólar se ha ido disminuyendo con el pasar del tiempo y en la actualidad los precios por lo general se encarecen antes que disminuir lo que afecta el nivel de vida y poder adquisitivo de los habitantes de Ecuador.

**Gráfico N° 39.** Presupuesto familiar como porcentaje de la canasta familiar básica



**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2017)

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

Podemos notar que el precios de los alimentos han sufrido un incremento muy notable, representando un porcentaje alto con relación a los años anteriores lo que determina un índice elevado de inflación. Aunque es un dígito porcentual inflacionario se debe recalcar que el valor del dólar se ha ido disminuyendo con el pasar del tiempo y en la actualidad los precios por lo general se encarecen antes que disminuir lo que afecta el nivel de vida y poder adquisitivo de los habitantes de Ecuador.

La dinámica de la construcción, la estabilidad en el precio del petróleo, la inversión en infraestructura pública, son los factores determinantes para que Ecuador registre el año anterior un crecimiento del 5,4%, superando el 4,8 % que estimó el Gobierno, según cifras del Banco Central del Ecuador (BCE). Uno de los motores de la economía es la inversión pública- privada, y sobre todo la construcción y el desarrollo del sector energético.

El incremento de las actividades en el sector de la construcción se debe a que crecieron la infraestructura física, la entrega de bonos y los créditos para vivienda a través del sistema financiero privado y el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS).

La construcción, con un incremento del 3,4%, los servicios con el 2,4% y las industrias manufactureras con el 1,5% son las actividades que lideran la economía. En el país, en el segundo semestre del año anterior se

mantuvo un decrecimiento del 1,3%, sin embargo se fortaleció la exportación de productos no tradicionales con la apertura de nuevos mercados para los productos ecuatorianos, en especial con Europa y Asia.

Mientras que el desempleo bajó a en Ecuador al 4,6% en septiembre de 2016, esto es 0,9 puntos menos que lo registrado en el mismo trimestre del año anterior, cuando llegó a 5,5%, según la última Encuesta de Empleo y Desempleo (ENEMDU) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC); mientras que el subempleo, según los datos citados, bajó a 41.9%, y la ocupación plena alcanzó el 51,5%. La Encuesta revela que aproximadamente 8 de cada 10 empleos son generados por el sector privado.

Y el salario básico unificado (SBU) en el año actual representa un incremento del 8.81% equivalente a US\$ 28.00 al salario del 2016; esto se da en base a dos factores: la inflación y productividad, USD 15,75 por una proyección del 5,05% de la inflación anual en años anteriores y una bonificación de USD 11,98 por un 3,76% de productividad.

### **Análisis e interpretación.**

El sistema económico que rodea a la empresa, establece condiciones económicas y políticas particularmente difíciles como la administración de la inflación, el desempleo, las tasas impositivas y las tasas de interés,

sectores de desarrollo, niveles de ingreso, fijación de precios y efectos sobre la demanda. Es por ello que las estrategias tomadas por el gobierno actual han demostrado situaciones que han desfavorecido el desarrollo económico y empresarial de muchas empresas, tomando en cuenta que la fluctuación en el nivel de inflación ha generado incremento el precio de los bienes y servicios afectará positivamente a nuestra empresa, ya que los beneficios que obtengamos serán mayores cuando mayor sea la inflación aunque el consumo desciende y también la inversión de esta manera se considera el factor económico del país como una **amenaza** para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

✓ **Factor político – legal.**

El gobierno desarrolla una política pública para guiar el comercio y establece un conjunto de leyes y regulaciones que limitan los negocios en beneficio de la sociedad, para asegurarse que las empresas asuman la responsabilidad de los costos sociales de sus actos.

Ecuador ha sufrido grandes cambios políticos en los últimos años que solamente le han conllevado a crisis económicas, estados de conmoción y protestas en general con gobiernos de turno que no lograron mantener un gobierno estable.

Es por eso que el establecimiento de políticas económicas que pueden suponer un incremento o un retraso de las inversiones y la política fiscal

que incide directamente en la capacidad de compra de la población y de la rentabilidad de la empresa, generalmente se ve afectado por la inestabilidad política.

Los inversores nacionales y extranjeros están sujetos a la observación y cumplimiento de las leyes del país y en especial de las relativas a los aspectos laborales y de seguridad social, así como a las disposiciones del régimen tributario vigente en el momento en el que se cause una obligación fiscal, con las excepciones antes señaladas.

Ecuador está entre los países que tienen vacíos de legislación en derechos laborales según estudio de la Confederación Internacional de Sindicatos (CSI), en el año 2017 se sitúa en el grupo 3 junto con Estados Unidos, Haití, Bolivia, Brasil, Chile y Venezuela que presentan vacíos de legislación, en lo referente a las violaciones de los derechos laborales tomando en cuenta 97 indicadores y con especial atención al derecho a la libertad sindical, derecho a la negociación colectiva y derecho de huelga.

Es así que el actual código de trabajo durante años ha protegido a la naciente clase trabajadora de los abusos que suelen cometerse en los inicios del desarrollo comercial, tales como el pago de bajas remuneraciones, los despidos unilaterales o intempestivos, la explotación general en el trabajo.

Y una de las legislaciones ecuatorianas ha sido la obligatoriedad de los empleadores de asegurar a sus trabajadores, ya sea empresa pública, privada o personas naturales. Todos deben tener un seguro social y el empleador debe dárselo desde el inicio de las actividades laborales.

### **Análisis e interpretación.**

Este factor determina las normatividades vigentes en el territorio nacional, las cuales van a determinar en un momento dado la viabilidad y sostenibilidad del proyecto. El gobierno desarrolla una política pública para guiar el comercio y establece un conjunto de leyes y regulaciones que limitan los negocios en beneficio de la sociedad, para asegurarse que las empresas asuman la responsabilidad de los costos sociales de sus actos. El gerente de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” permanentemente se ajusta a la legislación del país, tarea que resulta un poco difícil debido a las diferentes políticas existentes implantadas por el gobierno actual.

En el ámbito político que se encuentra nuestro país es muy difícil para todo tipo de empresas sean públicas o privadas ya que estos últimos años con el actual gobierno, ya no se cuenta con recursos estables, esta es una de las causas que genera la inestabilidad económica de un país, es por ello que la comercialización de productos de consumo humano no puede circular con normalidad en el mercado local y nacional por lo que



no hay recursos suficientes que garanticen el desarrollo económicos y empresarial de nuestro país, por eso vendría hacer una **amenaza** para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

Y en lo referente al factor legal ha tenido excelentes cambios en beneficio a la población, como son el incremento del Ministerio de Relaciones Laborales que ayuda a impulsar el empleo digno e inclusivo que garantice la estabilidad y armonía en las relaciones laborales; gracias a esta la mayoría de la población ahora conoce que tiene derechos y puede exigir de ellos, por eso se lo considera como una **oportunidad** porque genera mayores beneficios para las relaciones del empleador – trabajador.

✓ **Factor tecnológico.**

Se refiere al uso de tecnologías por parte de las empresas tanto públicas como privadas para mejorar cualitativamente los servicios de información que se ofrecen a los clientes y usuarios, aumentar la eficiencia y eficacia en la productividad y ventas de una organización. (APC, 2013)

En estos últimos tiempos la tecnología avanza a grandes pasos, lo cual ha afectado a varias empresas que no han estado preparadas para asumir estos cambios. Los avances científicos, vías de comunicación y sistemas de comunicación abiertas (Internet), son los principales factores

que en la actualidad las empresas deben adoptar para entrar a un ambiente donde puedan competir.

La tecnología representa uno de los aspectos más críticos debido a la profunda influencia y al fuerte impacto que ejerce sobre las empresas. Es parte necesaria para adaptación constante a cambios que detonan la necesidad de productos y servicios. Las nuevas tecnologías que marcan la diferencia en innovación y creatividad, son las herramientas esenciales promovidas por sus creadores y ampliamente utilizadas por un mercado extenso que sujeto a la necesidad de mejorar sus actividades, hacen uso de una gama de alternativas tecnológicas que impulsan e incrementan su talento, recibiendo grandes ventajas competitivas.

### **Análisis e interpretación.**

La tecnología es una herramienta de mucha utilidad para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” ya que representa una fuente prioritaria para el manejo de información, comunicación y automatización de procesos. Dentro de la tecnología contamos con los siguientes recursos:

Informática y computación: Por medio de los avances tecnológicos en esta área se cuenta con equipos computarizados que ejecutan diferentes procesos en empresas, industrias, comercios que forman parte del sector comercial y productivo de la zona. Por ejemplo tienen desde

computadores personales, sistemas de comunicación, forman parte de los equipos que facilitan las actividades en las organizaciones.

El medio de comunicación de vital importancia es el internet ya por medio del cual la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” mantienen un contacto directo, rápido y eficiente con sus trabajadores y agencias; se pueden realizar negociaciones con clientes, proveedores, distribuidores e incluso recopilar información de competencia.

Es por ello que los avances tecnológicos representan una **oportunidad** de alto impacto para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, ya que permiten mantener contacto permanente con los proveedores, trabajadores, usuarios de forma rápida y eficiente además de contar con los recursos tecnológicos para ejecutar las diferentes actividades y mantener el negocio productivo.

Además cabe indicar que gracias al interés permanente del actual gobierno de la república del Ecuador, se ha logrado conseguir una concientización de lo importante que es el avance tecnológico para el desarrollo empresarial en todos los sectores del país, dándole mayor importancia al desarrollo tecnológico, con el objetivo de ayudar al crecimiento en la producción y generación de servicios de las empresas tanto públicas como privadas.

✓ **Factor social - cultural.**

El desarrollo y progreso de los pueblos se ha logrado en gran medida con el aporte de la educación que a través de su entrega permanente por la investigación, ha realizado el estudio y tratamiento de los innumerables problemas que atraviesan las principales empresas e instituciones financieras de nuestro país, los mismos que deben ser afrontados por sus representantes con todo el profesionalismo que les caracteriza.

El Ecuador al igual que los países latinoamericanos mantiene una identidad cultural e histórica en común que de igual manera ha determinado conductas similares que desencadenan efectos sociales, económicos, políticos que han determinado el desarrollo de nuestro país. Es por ello que se lo considera como una **oportunidad** gracias a la diversidad de género que existe en nuestro medio ayudando al crecimiento y fortalecimiento empresarial, contribuyendo al consumo masivo de productos generando más fidelidad y posicionamiento en el mercado meta.

En este ámbito, el proyecto se justifica en el hecho de que se encamina a brindar una ayuda a la entidad comercial y a la sociedad en general mediante la elaboración de un plan estratégico que le permita organizar y administrar sus funciones y actividades de esta manera ofrecer un buen servicio al sector.

## 🚩 Análisis de las 5 fuerzas de Porter.

### - Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Considerando que la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” se encuentra ubicada en la provincia de Sucumbíos sector fronterizo y de libre acceso al comercio se ve permanentemente amenazada por el ingreso de nuevas empresas dedicadas a ofertar el mismo servicio y producto. Pero la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” para contrarrestar este fenómeno ha visto la necesidad de buscar estrategias adecuadas y más competitivas. Por ende el respaldo de la marca, que otorga la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, es un elemento determinante en el mercado, por lo tanto el ingreso de una nueva marca se torna un tanto dificultosa debido a las altas barreras de entrada pero no deja de ser una **amenaza** en el mercado local para el desarrollo empresarial.

### - La rivalidad entre los competidores.

El movimiento competitivo más común es la guerra de precios. En general, la competencia en precios es inestable, ya que las bajadas de precios son generalmente igualadas con rapidez por el resto de competidores, dejando a la empresa en una situación de baja rentabilidad esto se da entre competidores existentes que son un grupo de empresas que se dedican a una misma actividad o se dirigen a un mismo mercado,

esta rivalidad provoca que las empresas sigan esforzándose para conseguir ganar mercado. Pues constantemente estarán enfrentadas a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos, dado que puede expansionar la demanda y contribuyen a la diferenciación del producto de quién las emprende.

De esta manera para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, tiene como competidores directos a: agua Maranata, agua Israel, agua Luz, agua Manantial que son oriundos de la zona; y como competidores externos como: agua Cielo, agua Tesalia. Se puede manifestar que existe una gran competencia en este sector, por ello se considera una **amenaza** para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

- **Poder de negociación de los proveedores.**

El poder de negociación con los proveedores desde el punto es de gran importancia para el crecimiento y rentabilidad de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, permitiendo a la empresa elegir el proveedor más idóneo y que más oportunidades brinde para los interés de la empresa y de sus clientes, debido a que se puede negociar y llegar a conseguir mayores ganancias en promociones que ofrecen las diferentes empresas proveedoras de la localidad por ello se considera una **oportunidad** para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

- **Poder de negociación de los compradores.**

Cabe resaltar que la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, ofrece productos elaborados para todo público; su mercado corresponde a las personas que habitan en la provincia de Sucumbíos y que deseen consumir el producto. Por ende el poder de negociación de los consumidores influye mucho en el mundo del negocio donde los clientes forman parte de la razón de ser de la empresa, permitiendo plantear estrategias para ofrecer un servicio y atención al cliente de calidad, con excelentes productos y a bajos precios, con la única finalidad de captar mayor número de clientes y conseguir el mayor grado de fidelidad o lealtad. Es por ello que en este momento esta empresa busca diferenciarse de la demás competencia para poder enfrentar el poder de los compradores ya que en la actualidad, la competencia se extiende diariamente por lo que esto se constituye en una **amenaza** para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos.**

El país se mantiene bajo una economía de libre mercado en vista de la creciente competencia, en el sector existen numerosos productos que se pueden considerar sustitutos de los productos “Adriático” como por ejemplo (néctares, jugos en polvo, aguas minerales, bebidas con sabor, bebidas isotónicas, bebidas energizantes, etc.) estos productos son

aquellos que satisfacen la misma necesidad pero se distinguen por su calidad más avanzada en su elaboración. Los productos sustitutos permite reemplazar a los productos “Adriático” cosa que no sucede cuando los indicadores económicos no son buenos o sencillamente cuando el consumidor no tiene la posibilidad de acceder a un producto “Adriático”, por la cual el consumidor está obligado a consumir otro producto que satisfaga su necesidad, por lo cual se ha considerado como una **oportunidad** para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

#### **Matriz EFE de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.**

Asigne un peso entre 0.0 (no importante) a 1.0 (absolutamente importante) a cada uno de los factores. El peso adjudicado a un factor dado indica la importancia relativa del mismo para alcanzar el éxito de la empresa. Independientemente de que el factor clave represente una fuerza o una debilidad interna, los factores que se consideren que repercutirán más en el desempeño de la empresa deben llevar los pesos más altos y el total de todos los pesos debe de sumar 1.0. Así mismo se asignó la calificación de 1 a 4, con el objeto de indicar si las estrategias presentes de la empresa están respondiendo con eficacia al factor, donde 4 = una respuesta superior, 3 = una respuesta superior a la media, 2 = una respuesta media y 1 = una respuesta mala la suma de las



calificaciones ponderadas de cada variable para determinar el total ponderado de la empresa entera.

Sea cual fuere la cantidad de factores que se incluyen en una matriz EFI, el total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5. Los totales ponderados muy por debajo de 2.5 caracterizan a las organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una posición interna fuerte. La matriz EFI, al igual que la matriz EFE, debe incluir entre 10 y 20 factores clave. La cantidad de factores no influye en la escala de los totales ponderados porque los pesos siempre suman 1.0.

**Cuadro N° 33. Matriz de evaluación de oportunidades.**

Nº	FACTORES DE ÉXITO	FUENTE	PESO ESPECIFICO	CALIFICACIÓN	TOTAL DE PONDERACIÓN
<b>OPORTUNIDAD</b>					
1	Aceptación del producto y captación de rentabilidad generando fortalecimiento y fidelidad del cliente.	FACT_SOCIAL (pag. 110)	0,17	4	0,67
2	Accesibilidad a nuevas tecnología, créditos y a los sistemas de información para ampliar mercado.	FACT_TECNOLÓGICO (pag. 108)	0,17	4	0,67
3	Competidores potenciales con ingresos de nuevos productos sustitutos que no participan directamente en el mercado ayudando al crecimiento empresarial.	Ingreso de productos sustitutos - PORTER (pag. 114)	0,13	3	0,38
4	El fortalecimiento y reconocimiento de los derechos laborales genera grandes beneficios.	FACT_LEGAL (pag. 107)	0,13	3	0,38
5	Existencia de una múltiple maga de proveedores permitiendo elegir el proveedor más idóneo que mejores oportunidades ofrezca.	Negociación con los Proveedores - PORTER (pag. 112)	0,13	3	0,38
<b>AMENAZAS</b>					
1	Variación del tiempo e incremento de costos de producción y materia prima gracias a la fluctuación en el nivel de la inflación.	FACT_ECONÓMICO (pag. 103 - 104)	0,08	2	0,17
2	Ingresos de nuevos competidores al mercado	Entrada de nuevos competidores - PORTER (pag. 111)	0,08	2	0,17
3	Incremento de competencia desleal.	Rivalidad entre competidores - PORTER (pag. 111)	0,04	1	0,04
4	La inseguridad económica del país afecta la comercialización del producto por el incremento de tasas arancelarias, permisos e impuestos.	FACT_POLÍTICO (pag. 107)	0,04	1	0,04
5	Falta de poder de negociación con los clientes.	Negociación de los Compradores - PORTER (pag. 113)	0,04	1	0,04
<b>TOTAL</b>			<b>1</b>		<b>2,92</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

## 🚩 Análisis FODA.

Se lo desarrollo considerando las matrices EFE y EFI, de las cuales se tomó los factores críticos de éxito identificados en el entorno interno y externo de la empresa. A continuación se presenta la Matriz FODA de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

### ✓ Matriz FODA.

**Cuadro N° 34.** Matriz FODA de la empresa envasadora de agua tratada y purificada "Adriático".

FORTALEZAS (F)		OPORTUNIDADES (O)	
1	Buena imagen empresarial e Infraestructura propia en excelente ubicación.	1	Aceptación del producto y captación de rentabilidad generando fortalecimiento y fidelidad del cliente.
2	Tecnología adecuada y manejo de los recursos humanos, materiales.	2	Accesibilidad a nuevas tecnología, créditos y a los sistemas de información para ampliar mercado
3	Capacidad administrativa y financiera.	3	Competidores potenciales con ingresos de nuevos productos sustitutos que no participan directamente en el mercado ayudando al crecimiento empresarial.
4	Agradable ambiente de trabajo.	4	El fortalecimiento y reconocimiento de los derechos laborales genera grandes beneficios.
5	Empresa reconocida por su experiencia y participación en el mercado.	5	Existencia de una múltiple maga de proveedores permitiendo elegir el proveedor más idóneo que mejores oportunidades ofrezca.
6	Cuenta con precios accesibles y productos de muy buena calidad para el bienestar de los consumidores.		
7	Buena atención y servicio oportuno al cliente.		
8	Capacidad de crear nuevos productos.		
DEBILIDADES (D)		AMENAZAS (A)	
1	Falta de planeación estratégica.	1	Variación del tiempo e incremento de costos de producción y materia prima gracias a la fluctuación en el nivel de la inflación.
2	Carencia de medios publicitarios.	2	Ingresos de nuevos competidores al mercado.
3	No se aplican procesos administrativos.	3	Incremento de competencia desleal.
4	No existe adecuada estructura organizacional.	4	La inseguridad económica del país afecta la comercialización del producto por el incremento de tasas arancelarias, permisos e impuestos.
5	No cuenta con personal calificado.	5	Alto de poder de negociación con los clientes.
6	No cuenta con programas de capacitación.		
7	Falta de una filosofía y cultura empresaria.		

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ **Matriz de alto impacto.**

**Cuadro N° 35.** Matriz de alto impacto (Estrategias para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”).

FACTORES INTERNOS  FACTORES EXTERNOS		OPORTUNIDADES (O)		AMENAZAS (A)	
		1	2	3	4
		1	Aceptación del producto y captación de rentabilidad generando fortalecimiento y fidelidad del cliente.	1	Variación del tiempo e incremento de costos de producción y materia prima gracias a la fluctuación en el nivel de la inflación.
		2	Accesibilidad a nuevas tecnología, créditos y a los sistemas de información para ampliar mercado.	2	Ingresos de nuevos competidores al mercado.
		3	Competidores potenciales con ingresos de nuevos productos sustitutos que no participan directamente en el mercado ayudando al crecimiento empresarial.	3	Incremento de competencia desleal.
		4	El fortalecimiento y reconocimiento de los derechos laborales genera grandes beneficios.	4	La inseguridad económica del país afecta la comercialización del producto por el incremento de tasas arancelarias, permisos e impuestos.
		5	Existencia de una múltiple maga de proveedores permitiendo elegir el proveedor más idóneo que mejores oportunidades ofrezca.	5	Alto de poder de negociación con los clientes
FORTALEZAS (F)		ESTRATEGIA (FO)		ESTRATEGIA (FA)	
1	Buena imagen empresarial e Infraestructura propia en excelente ubicación.	(F1,F9,F5,O1,O3)	Incrementar las ventas a fin de expandir y ofrecer nuevos productos a los clientes y fidelizarlos a la empresa, utilizando de mejor manera el espacio disponible.	(F3, A1)	Incrementar el inventario de materia prima aprovechando la capacidad administrativa, a fin de prever un posible incremento de precio de las mismas.
2	Tecnología adecuada y manejo de los recursos humanos, materiales.			(F1, A4)	Adecuar las instalaciones conforme a especificaciones técnicas, solicitando asesoría de la secretaria de la calidad, para obtener los permisos necesarios.
3	Capacidad administrativa y financiera.			(F5,F9,A1,A2)	Implementar mezclas promocionales, potenciando la creación de nuevos productos para tener nivel de venta continuo y un sólido posicionamiento de la empresa, con el fin de aplacar el ingreso de nuevos competidores.
4	Agradable ambiente de trabajo.	(F2,F3,O2)	Implantar sistemas tecnológicos de inventarios para monitorear los ingresos y salidas de mercadería, accediendo a nuevas tecnologías; a fin de determinar gastos innecesarios.		
5	Empresa reconocida por su experiencia y participación en el mercado				
6	Cuenta con precios accesibles y productos de muy buena calidad para el bienestar de los consumidores.				
7	Buena atención y servicio oportuno al cliente.				
8	Capacidad de crear nuevos productos.				
DEBILIDADES (D)		ESTRATEGIA (DO)		ESTRATEGIA (DA)	
1	Falta de planeación estratégica	(D4, O1)	Establecer programas de entrega para cumplir oportunamente con los pedidos de los puntos de distribución, mediante la planeación de trabajo, a fin de lograr la fidelización del cliente.	(D2,A5)	Crear un departamento de marketing para establecer campañas agresivas de publicidad en medios de difusión que permita posesionarse psicológicamente más en la mente de consumidor y cubrir gran parte del mercado local y provincial.
2	Carencia de medios publicitarios.				
3	No se aplican procesos administrativos	(D3,D4,D7,O2)	Establecer la estructura organizacional, filosofía empresarial mediante la elaboración de misión, visión valores, políticas, organigramas y manual de funciones.	(D5,D6,A2,A3)	Realizar programas continuos de capacitación y motivación para mejorar el servicio y atención al cliente por parte del personal administrativo y operativo de la empresa envasadora de agua tratada y purificada "Adriático", a fin de asignarle la tarea de dar cumplimiento a todas las especificaciones encomendadas.
4	No existe adecuada estructura organizacional				
5	No cuenta con talento humano calificado				
6	No cuenta con programas de capacitación.				
7	Falta de una filosofía y cultura empresarial.				

Fuente: Cuadro N° 33 – Matriz FODA.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Cuadro N° 36. Resumen de estrategias y objetivos.**

ESTRATEGIAS	OBJETIVOS ESTRATEGICOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- No se aplican procesos administrativos.</li> <li>- No existe adecuada estructura organizacional</li> <li>- Accesibilidad a nuevas tecnología, créditos y a los sistemas de información para ampliar mercado.</li> </ul>	<p>Establecer la estructura organizacional, filosofía empresarial mediante la elaboración de misión, visión valores, políticas, organigramas y manual de funciones.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carencia de medios publicitarios.</li> <li>- Alto de poder de negociación con los clientes.</li> </ul>	<p>Crear un departamento de marketing para establecer campañas agresivas de publicidad en medios de difusión que permita posesionarse psicológicamente más en la mente de consumidor y cubrir gran parte del mercado local y provincial.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- No cuenta con talento humano calificado.</li> <li>- No cuenta con programas de capacitación.</li> <li>- Ingresos de nuevos competidores al mercado.</li> <li>-Incremento de competencia desleal.</li> </ul>	<p>Realizar programas continuos de capacitación y motivación para mejorar el servicio y atención al cliente por parte del personal administrativo y operativo de la empresa "Adriático", a fin de asignarle la tarea de dar cumplimiento a todas las especificaciones encomendadas.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tecnología adecuada y manejo de los recursos humanos, materiales.</li> <li>- Capacidad administrativa y financiera.</li> <li>- Accesibilidad a nuevas tecnología, créditos y a los sistemas de información para ampliar mercado.</li> </ul>	<p>Implantar sistemas tecnológicos de inventarios para monitorear los ingresos y salidas de mercadería, accediendo a nuevas tecnologías; a fin de determinar gastos innecesarios.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa reconocida por su experiencia y participación en el mercado</li> <li>- Capacidad de crear nuevos productos.</li> <li>- Variación del tiempo e incremento de costos de producción y materia prima gracias a la fluctuación en el nivel de la inflación.</li> <li>- Ingresos de nuevos competidores al mercado.</li> </ul>	<p>Implementar mezclas promocionales, potenciando la creación de nuevos productos para tener nivel de venta continuo y un sólido posicionamiento de la empresa, con el fin de aplacar el ingreso de nuevos competidores.</p>

**Fuente:** Cuadro N° 28 – Matriz de alto impacto.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Cuadro N° 37. Matriz de objetivos estratégicos.**

OBJETIVO N°	OBJETIVOS ESTRATEGICOS
<b>Objetivo 1:</b>	Establecer la estructura organizacional, filosofía empresarial mediante la elaboración de misión, visión valores, políticas, organigramas y manual de funciones.
<b>Objetivo 2:</b>	Crear un departamento de marketing para establecer campañas agresivas de publicidad en medios de difusión que permita posesionarse psicológicamente más en la mente de consumidor y cubrir gran parte del mercado local y provincial.
<b>Objetivo 3:</b>	Realizar programas continuos de capacitación y motivación para mejorar el servicio y atención al cliente por parte del personal administrativo y operativo de la empresa "Adriático", a fin de asignarle la tarea de dar cumplimiento a todas las especificaciones encomendadas.
<b>Objetivo 4:</b>	Implantar sistemas tecnológicos de inventarios para monitorear los ingresos y salidas de mercadería, accediendo a nuevas tecnologías; a fin de determinar gastos innecesarios.
<b>Objetivo 5:</b>	Implementar mezclas promocionales, potenciando la creación de nuevos productos para tener nivel de venta continuo y un sólido posicionamiento de la empresa, con el fin de aplacar el ingreso de nuevos competidores.

**Fuente:** Cuadro N° 28 – Matriz de alto impacto.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

## **g. Discusión**

**Propuesta de un plan estratégico para la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático); ubicada en la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos para el período 2017 – 2021”**

La empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) para en el periodo 2017 – 2021, está enfocada a llenar las expectativas de los clientes actuales y captar nueva clientela para el beneficio del crecimiento económico de la empresa, de tal manera que se posicione en la mente del consumidor plasmando estrategias que permitan el adelanto y futuro en el mercado, logrando ser reconocida a nivel local y por qué no provincial que satisfaga las necesidades de sus clientes y al público en general brindando un excelente servicio de cálida y calidez.

**🚩 Objetivos estratégicos para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.**

Los objetivos estratégicos se establecen anualmente para el presente plan, con actividades descentralizadas que involucran en forma directa al Gerente, personal administrativo y operativo de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

## **Propuesta de objetivos estratégicos.**

### **🚩 Objetivo N° 1.**

Establecer la estructura organizacional, filosofía empresarial mediante la elaboración de misión, visión valores, políticas, organigramas y manual de funciones.

#### **✓ Problema:**

La carencia de procesos administrativos que no existen en la empresa, han sido la causa para que no se cuente con una estructura organizacional apropiada para la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) y por ende que los trabajadores no conozcan las actividades y funciones que tienen que desempeñar en su cargo establecido.

#### **✓ Meta:**

Mejorar el servicio y la atención al cliente en un 95%. En el periodo de Enero a Agosto del año 2017



✓ **Estrategias:**

- Facilitar una copia reducida de la estructura organizativa y del manual de funciones para cada funcionario y trabajador de la empresa.
- Convocar a una reunión general para socializar y dar a conocer la nueva propuesta de la estructura organizativa y del manual de funciones de la empresa para definir las funciones específicas para cada puesto de trabajo dentro de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.
- Elaborar la estructura orgánica funcional, para mejorar los procesos administrativos.
- Elaborar un manual de funciones.

✓ **Táctica.**

- Diseñar el organigrama funcional y estructural de las áreas que cuenta de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.
- Determinar los niveles jerárquicos que existen en la empresa.
- Elaborar un Manual de Funciones para el personal administrativo y operativo.

✓ **Actividades.**

Crear y difundir la estructura organizacional a todos los trabajadores de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” y levantar información de cada una de las funciones ejercidas en cada cargo. Representándose en forma gráfica, en donde consta la estructura organizacional de la empresa, mostrando los niveles jerárquicos y las funciones de cada puesto. Para ello se toma en cuenta la pregunta N° 1, de la encuesta realizada a los trabajadores de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” donde se detallan los cargos y niveles existentes en la empresa.

(1) Nivel directivo	(2) Nivel ejecutivo	(3) Nivel asesor	(4) Nivel operacional
Gerente	Administrador	Asesoría legal	Contador Comisionista - vendedor Operario 1 y 2. chofer

**Cuadro N° 38.** Distribución de Cargos / puestos.

CARGOS / PUESTOS	PERSONAL
Contador	1
Administrador	1
Operario	2
Chofer	1
Comisionista-Vendedor	1

**Fuente:** Cuadro N° 3 – Cargos a desempeñar.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Cuadro Nº 39.** Objetivo # 1: Establecer la estructura organizacional, filosofía empresarial mediante la elaboración de misión, visión valores, políticas, organigramas y manual de funciones

<u>Nº</u>	<u>PROBLEMA</u>	<u>OBJETIVOS</u>	<u>ESTRATEGIAS</u>	<u>META</u>	<u>PLAZO DE EJECUCIÓN.</u>	<u>INDICADORES</u>	<u>FINANCIAMIENTO</u>	<u>PRESUPUESTO</u>	<u>RESPONSABLE</u>
1	La carencia de procesos administrativos que no existen en la empresa, han sido la causa para que no se cuente con una estructura organizacional apropiada para la empresa "Adriático" y por ende que los trabajadores no conozcan las actividades y funciones que tienen que desempeñar en su cargo establecido.	<p>1. Diseñar el organigrama funcional y estructural de las áreas que cuenta de la empresa "Adriático".</p> <p>2. Determinar los niveles jerárquicos que existen en la empresa.</p> <p>3. Elaborar un Manual de Funciones para el personal administrativo y operativo.</p>	<p>1. Facilitar una copia reducida de la estructura organizativa y del manual de funciones para cada funcionario y trabajador de la empresa.</p> <p>2. Convocar a una reunión general para socializar y dar a conocer la nueva propuesta de la estructura organizativa y del manual de funciones de la empresa para definir las funciones específicas para cada puesto de trabajo dentro de la empresa "Adriático".</p> <p>3. Elaborar un manual de funciones.</p>	Mejorar el servicio y la atención al cliente en un 95%. En el periodo de Enero a Agosto del año 2017	8 meses.	<p>1. Cumplir con las funciones y responsabilidades asignadas.</p> <p>2. Lograr el reconocimiento de la estructura administrativa y las funciones</p> <p>3. Realizar enseguida la publicación del nuevo organigrama estructural y el manual de funciones en el cuadro mural de la empresa</p>	Será financiado con recursos propios de la empresa "Adriático".	Para la elaboración y cumplimiento de este objetivo propuesto tiene un costo de 214,40 dólares americanos.	Gerente  Administrador

Fuente: Investigación directa - Objetivo Nº 1.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

## **✚ Propuesta de una filosofía y cultura empresarial para la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático).**

Para el desarrollo y progreso de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) se ha propuesto una misión, visión, valores y se planteó objetivos estratégicos ya que en la actualidad no cuenta con una filosofía y cultura empresarial que le dé un mejor direccionamiento al cumplimiento de sus objetivos planteados.

### **✓ Propuesta de la visión.**

“Para el año 2021 ser la empresa líder, eficiente y sólida en la producción y comercialización de productos (Adriático), que proporcione servicios y beneficios al cliente y a la sociedad entera de la provincia de Sucumbíos y Orellana, proveyendo productos a base de agua” cuya marca sea la preferida para el consumidor.

### **✓ Propuesta de la misión.**

Promover el desarrollo de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) y su participación en el mercado, encaminado a satisfacer las necesidades y aspiraciones de nuestros clientes apuntando a la excelencia, cumpliendo con los estándares de calidad y normas de salud vigentes; utilizando mano de obra de nuestra zona”.

✓ **Propuesta de valores y políticas institucionales para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.**

**- Valores institucionales.**

- Honestidad.
- Precio justo.
- Volumen Justo
- Competencia leal
- Relacionamos nuestra organización con empresas afines e intercambiamos experiencias.
- Nos sometemos al sistema de control tanto financiero como legal.
- No adquirimos materia prima fuera del ámbito legal.
- Somos un equipo de trabajo: tratamos de que exista armonía entre el área de producción y distribución.
- Los problemas los solucionamos internamente sin involucrar a personas ajenas a la empresa.
- Evitamos la contaminación y estamos dentro de los parámetros de los medio ambientales.
- Utilizamos elementos químicos permitidos por los organismos competentes, que no afectan el medio ambiente.

- **Políticas.**

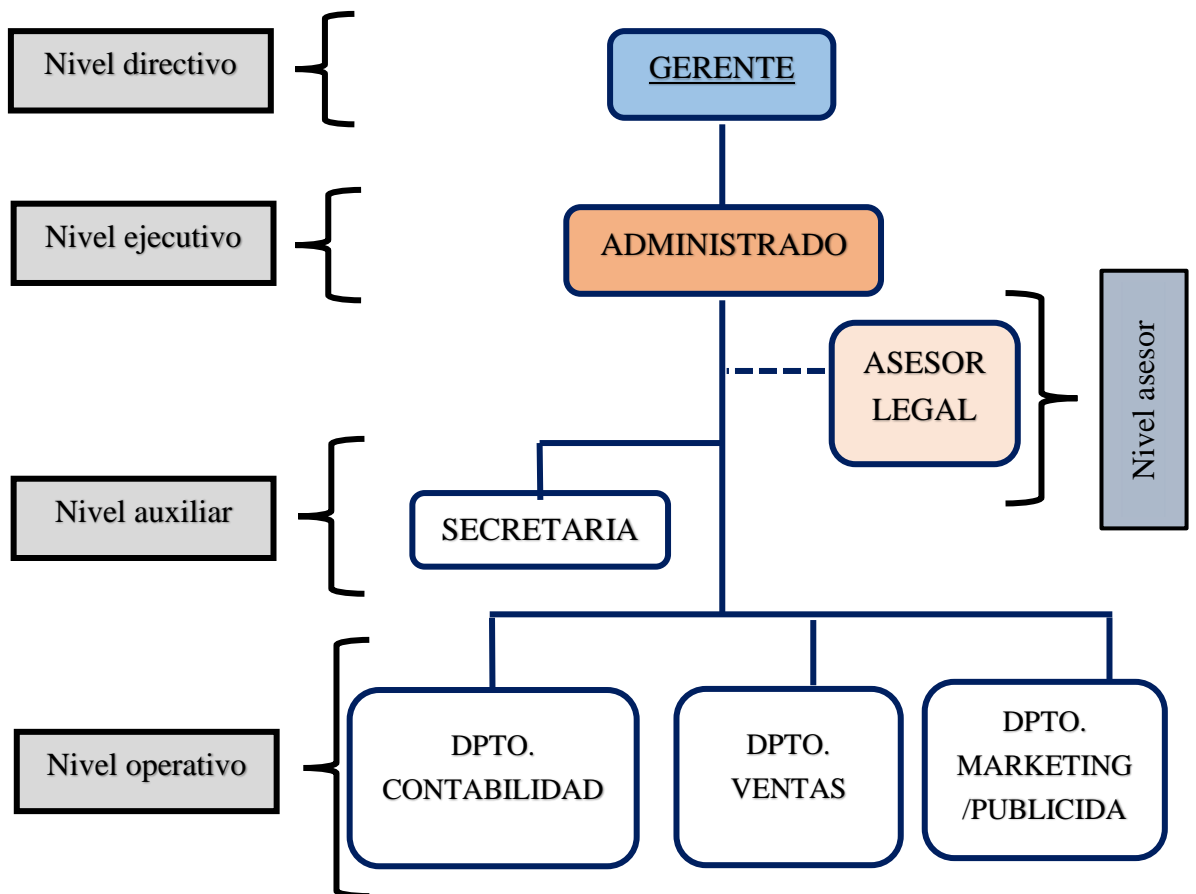
- Orientar la actividad empresarial hacia el fortalecimiento continuo de la calidad de nuestros productos, mediante la capacitación de su personal.
- Promover el avance de la eficiencia y la capacidad competitiva en todas las actividades, de manera que se garantice el abastecimiento de los productos.
- Aportar con el desarrollo del país, en relación con las políticas gubernamentales.
- Impulsar las buenas relaciones interpersonales a efecto de conseguir los objetivos empresariales.
- Gestionar el talento en todos y cada uno de los puestos existentes en la empresa, con la intención de retribuir al personal según su conocimiento, experiencia y desempeño.
- Mejorar la imagen corporativa ante nuestros clientes.
- El cliente siempre tiene la razón.
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los trabajadores de la empresa, por lo que deben conocer los procedimientos a fin de orientarlos.

A continuación se presenta los objetivos estratégicos obtenidos de la matriz de Alto Impacto.

Se analizarán los objetivos estratégicos que tengan mayor importancia dentro del plan Estratégico que se establece para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

- **Propuesta de la estructura organizacional.**

**Gráfico N° 40.** Estructura organizacional.

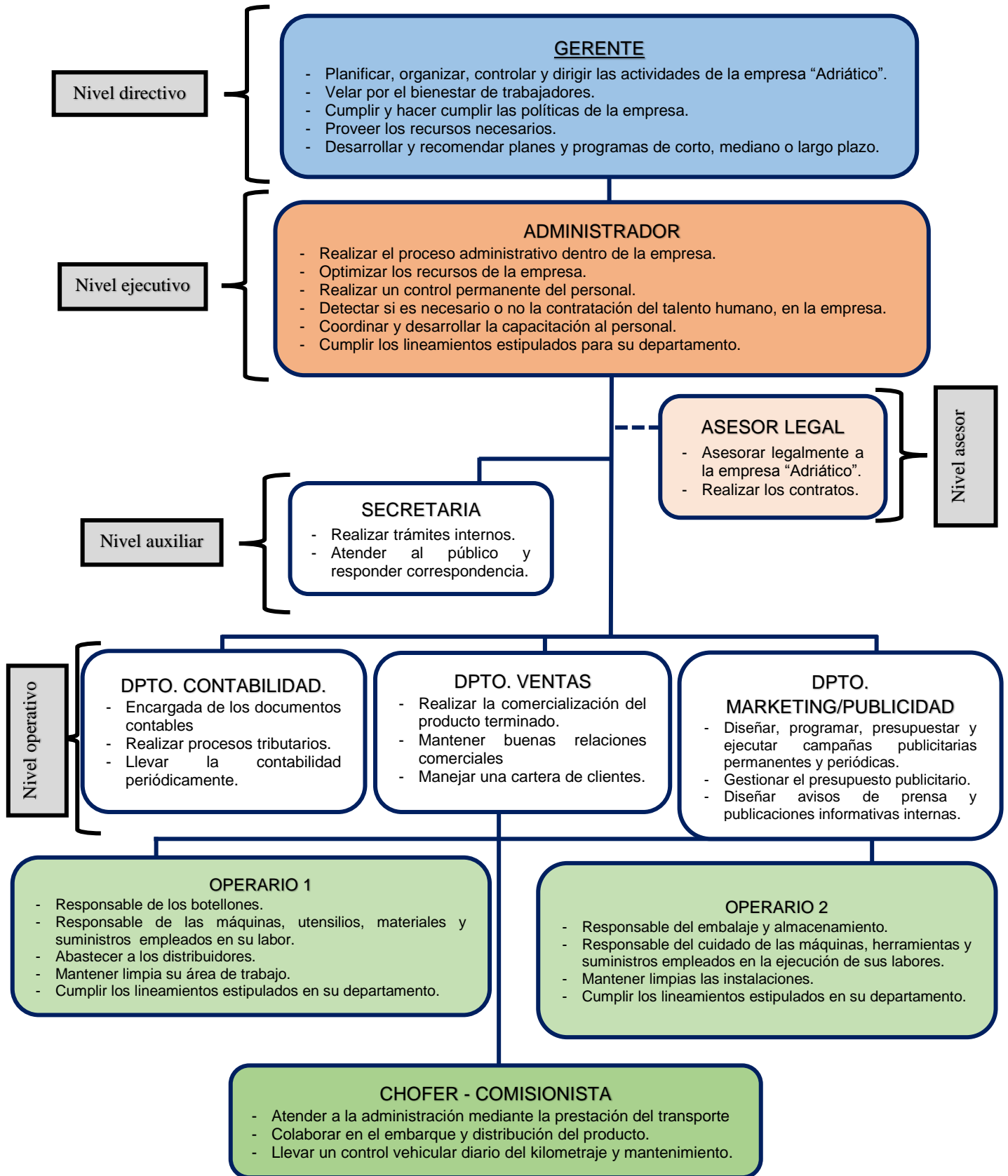


**Fuente:** Cuadro N° 38 – Distribución de cargos/puesto.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas

- **Propuesta del manual de funciones.**

**Gráfico N° 41. Organigrama funcional.**




Fuente: Cuadro N° 40 – Organigrama estructural.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



- **Proceso de organización del talento humano de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.**

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Gerente</b>	<b>CODIGO 001</b>	
<b>Dependencia:</b>	<b>Área Administrativa</b>		
<b>Número de cargos</b>	<b>1</b>		
<b>Reporta a:</b>	<b>Junta de Accionistas</b>		
<b>Requisitos Mínimos</b>			
<b>Requisitos de formación:</b>	Ingeniería, doctorado o masterado preferentemente en Administración y dirección de empresas o Ciencias Empresariales.		
<b>Requisitos de experiencia</b>	De 2 a 3 años de experiencia profesional relacionada		
<b>Entrenamiento</b>	Conocimiento de leyes, Cursos de publicidad, Relaciones humanas y relaciones públicas, cursos de motivación, cursos de gerencia y cursos de liderazgo.		
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo</li> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Facilidad de diálogo</li> <li>- Responsabilidad y puntualidad.</li> </ul>		
<b>Objetivo Principal</b>			
Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades delegadas por la empresa.			
<b>Funciones Esenciales</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Responsable del trabajo de todos los colaboradores de la empresa.</li> <li>✓ Debe enfocar su labor hacia el desarrollo de estrategias.</li> <li>✓ Responsable de las decisiones o el rumbo de la empresa.</li> <li>✓ Encargado de velar por el bienestar de quienes colaboran con la empresa.</li> <li>✓ Responsable de cumplir y hacer cumplir las políticas de la empresa.</li> <li>✓ Proveer los recursos necesarios para la realización de su trabajo.</li> <li>✓ Desarrollar y recomendar planes y programas de corto, mediano o largo plazo para mejoras de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.</li> </ul>			

**Fuente:** Objetivo N° 1 – Manual de Funciones del Gerente.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



## MANUAL DE FUNCIONES

<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Administrador</b>	<b>CODIGO 002</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>Área Contable, Ventas y Marketing/Publicidad.</b>	
<b>Número de cargos</b>	<b>3</b>	
<b>Reporta a:</b>	<b>Gerente</b>	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos de formación:</b>	Ingeniería en administración de empresas, tecnología en administración.	
<b>Requisitos de experiencia</b>	De 3 a 4 años de experiencia profesional relacionada	
<b>Entrenamiento</b>	Cursos de relaciones humanas, cursos de psicología y cursos de atención al cliente, Cursos de atención al cliente.	
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo</li> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Facilidad de palabra.</li> <li>- Aprovechar el talento humano</li> <li>- Cordialidad y respeto.</li> </ul>	
<b>Objetivo Principal</b>		
Verificar y velar por el adecuado estado de la cartera de la empresa “Adriático”, a través de estrategias que faciliten el recaudo y la asignación de créditos acorde con las políticas de la empresa.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar el proceso administrativo dentro de la empresa.</li> <li>✓ Optimizar los recursos de la empresa.</li> <li>✓ Realizar un control permanente del personal.</li> <li>✓ Detectar si es necesario o no la contratación del talento humano, en la empresa.</li> <li>✓ Coordinar y desarrollar la capacitación al personal.</li> <li>✓ Debe cumplir los lineamientos estipulados para su departamento.</li> </ul>		

**Fuente:** Objetivo N° 1 – Manual de Funciones del Administrativo.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



## MANUAL DE FUNCIONES

<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Secretaria.</b>	<b>CODIGO 003</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>Área Administrativa</b>	
<b>Número de cargos</b>	<b>1</b>	
<b>Reporta a:</b>	<b>Administrador</b>	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos formación:</b>	<b>de</b> Ser licenciada en secretariado.	
<b>Requisitos experiencia</b>	<b>de</b> De 1 a 2 años de experiencia en cargos similares	
<b>Entrenamiento</b>	Cursos de relaciones humanas, cursos de atención al cliente y cursos de taquigrafía.	
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Facilidad de palabra.</li> <li>- Cordialidad, respeto.</li> </ul>	
<b>Objetivo Principal</b>		
Llevar con claridad y organización la documentación de la empresa y mantener una adecuada atención al público en general.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Responsable del trabajo de todos los colaboradores de la empresa.</li> <li>✓ Debe enfocar su labor hacia el desarrollo de estrategias.</li> <li>✓ Responsable de las decisiones o el rumbo de la empresa.</li> <li>✓ Encargado de velar por el bienestar de quienes colaboran con la empresa.</li> <li>✓ Responsable de cumplir y hacer cumplir las políticas de la empresa.</li> <li>✓ Proveer los recursos necesarios para la realización de su trabajo.</li> <li>✓ Desarrollar y recomendar planes y programas de corto, mediano o largo plazo para mejoras de la empresa envasadora de agua tratada y purificada "Adriático".</li> </ul>		

**Fuente:** Objetivo N° 1 – Manual de Funciones de la Secretaria.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



## MANUAL DE FUNCIONES

<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Asesor Jurídico</b>	<b>CODIGO 004</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>Área Administrativa</b>	
<b>Número de cargos</b>	<b>Ninguno.</b>	
<b>Reporta a:</b>	<b>Gerente</b>	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos de formación:</b>	Título de Abogado de los Tribunales del Ecuador, Deseable con Maestría en administración o derecho corporativo o empresarial.	
<b>Requisitos de experiencia</b>	Mínimo de 2 a 3 años en cargos similares. Se considerará la experiencia en empresas del sector público o empresas del sector privado.	
<b>Entrenamiento</b>	Asesoramiento Fiscal y Tributario y Relaciones Laborales, Correcta combinación de actitudes y aptitudes en el área empresarial, Capacidad de gestionar proyectos complejos.	
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo.</li> <li>- Capacidad de negociación</li> <li>- Organización</li> <li>- Capacidad de trabajo bajo presión</li> <li>- Capacidad de toma de decisiones</li> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Comunicación oral y escrita.</li> </ul>	
<b>Objetivo Principal</b>		
Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa “Adriático”.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Asesorar a los directivos y trabajadores de la empresa de agua tratada y purificada “Adriático”, sobre asuntos de carácter jurídico.</li> <li>✓ Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa de agua tratada y purificada “Adriático”.</li> <li>✓ Representar conjuntamente con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa de agua tratada y purificada “Adriático”.</li> <li>✓ Participar en procesos contractuales.</li> <li>✓ Participar en sesiones de trabajo, si fuera necesario.</li> </ul>		

**Fuente:** Objetivo N° 1 – Manual de Funciones del Asesor Jurídico.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



## MANUAL DE FUNCIONES

<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Contabilidad</b>	<b>CODIGO 005</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>Dpto. Financiero y Contable</b>	
<b>Número de cargos</b>	<b>1</b>	
<b>Reporta a:</b>	<b>Administrador</b>	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos de formación:</b>	Contador Público Colegiado, Deseable: Maestría en Administración, Dirección de Empresas o afines.	
<b>Requisitos de experiencia</b>	Experiencia mínima de 3 años en puestos similares, de preferencia en empresas del sector público o del sector privado.	
<b>Entrenamiento</b>	Cursos en el SRI, cursos de relaciones humanas, cursos de gestión empresarial, cursos de atención al cliente, e estudio de especialización relacionados a contabilidad, Conocimiento de normativa en materia presupuestal, Conocimiento de las Normas Contables, Normas Tributarias y Principios de Contabilidad.	
<b>Competencias</b>	Liderazgo, Organización, Planificación, Trabajo en equipo, Trabajo bajo presión, Identificación y solución de problemas, Capacidad de manejo de equipos de trabajo.	
<b>Objetivo Principal</b>		
Efectuar asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables de la empresa "Adriático".		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Responsable la elaboración de facturas.</li> <li>✓ Responsable del manejo y archivo de facturas emitidas y proveedores.</li> <li>✓ Responsable de realizar pagos de impuestos, declaraciones mensuales, al SRI y responsabilidades patronales.</li> <li>✓ Debe cumplir los lineamientos estipulados para su departamento.</li> <li>✓ Estipular presupuestos, para las distintas actividades de la empresa.</li> <li>✓ Controlar los presupuestos de inversión y gastos operacionales.</li> <li>✓ Mantener un sistema de evaluación de proveedores.</li> <li>✓ Supervisar las compras de los diversos productos, suministros, insumos y demás necesarios para el funcionamiento de la empresa</li> <li>✓ Las demás que le asigne el Jefe de Unidad o Gerente de área, dentro del ámbito de su actividad.</li> </ul>		

**Fuente:** Objetivo N° 1 – Manual de Funciones del Dpto. Contable.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



## MANUAL DE FUNCIONES

<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Ventas</b>	<b>CODIGO 006</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>Dpto. Comercialización/Ventas</b>	
<b>Número de cargos</b>	<b>1</b>	
<b>Reporta a:</b>	<b>Administrador</b>	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos de formación:</b>	Tecnología en Administración o contabilidad, bachiller.	
<b>Requisitos de experiencia</b>	Experiencia mínima de 1 a 2 años en puestos similares.	
<b>Entrenamiento</b>	Cursos de publicidad, conocimiento y cursos de atención al cliente.	
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo en equipo</li> <li>- Trabajo bajo presión</li> <li>- Honestidad y responsabilidad.</li> <li>- facilidad de palabra.</li> </ul>	
<b>Objetivo Principal</b>		
Coordinar pedidos con el cliente y con producción, para su posterior entrega de acuerdo a lo establecido por ambas partes, tomando en cuenta la capacidad de producción de la empresa.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar croquis del mercado.</li> <li>✓ Realizar lista de clientes, por orden alfabético o de mayor a menor adquisición del producto.</li> <li>✓ Estudio de compradores potenciales.</li> <li>✓ Análisis de plaza y promoción.</li> <li>✓ Debe cumplir los lineamientos estipulados para su departamento.</li> </ul>		

**Fuente:** Objetivo N° 1 – Manual de Funciones del Dpto. de Comercialización/Ventas.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



## MANUAL DE FUNCIONES

<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Chofer – Comisionista.</b>	<b>CODIGO 007</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>Dpto. Comercialización/Ventas</b>	
<b>Número de cargos</b>	<b>1</b>	
<b>Reporta a:</b>	<b>Administrador</b>	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos formación:</b>	<b>de</b> Bachiller o estudiante universitario con licencia profesional tipo C ó E.	
<b>Requisitos experiencia</b>	<b>de</b> Experiencia mínima de 2 años en puestos similares, de preferencia en empresas del sector público o del sector privado.	
<b>Entrenamiento</b>	Conocimiento en mecánica automotriz, cursos de atención al usuario, conocimiento en educación vial y de las leyes de transporte terrestre y conocimiento de las zonas geográficas de la provincia de Sucumbíos.	
<b>Competencias</b>	Trabajo en equipo, facilidad de palabra y creativas, honestidad, responsabilidad y puntualidad.	
<b>Objetivo Principal</b>		
Conducción de las unidades vehiculares de la empresa para el transporte del personal de supervisión y labores operativas durante el desarrollo de las actividades de mantenimiento, así como apoyo al personal técnico en las diferentes labores operativas.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Colaborar en el embarque y distribución del producto.</li> <li>✓ Atender a las solicitudes de transporte que requieran en las oficinas administrativas.</li> <li>✓ Colaborar en la entrega de oficios y solicitudes que sean necesarias.</li> <li>✓ Mantener el vehículo a su cargo en perfecto funcionamiento y conservación.</li> <li>✓ Llevar un control vehicular del recorrido diario y del kilometraje.</li> <li>✓ Solicitar oportunamente los combustibles y lubricantes necesarios.</li> </ul>		

**Fuente:** Objetivo N° 1 – Manual de Funciones del Chofer-Comisionista.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



## MANUAL DE FUNCIONES

<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Operario 1</b>	<b>CODIGO 008</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>Dpto. Comercialización/Ventas</b>	
<b>Número de cargos</b>	<b>Ninguno</b>	
<b>Reporta a:</b>	<b>Administrador</b>	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos formación:</b>	<b>de</b> Bachillerato o Estudiante universitario.	
<b>Requisitos experiencia</b>	<b>de</b> Experiencia mínima de 0 a 6 meses.	
<b>Entrenamiento</b>	Cursos actualizados de calidad y calidez, conocimientos básicos de productos terminados, seguimientos de procesos.	
<b>Competencias</b>	Trabajo en equipo, facilidad de movimiento, agilidad, de rápido aprendizaje.	
<b>Objetivo Principal</b>		
Cumplir con todo lo encomendado a fin de brindar un servicio oportuno eficiente y eficaz, manteniendo un ambiente laboral agradable.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Responsable de los botellones y el llenado de los mismos, que se encuentran en bodega y en la planta de producción.</li> <li>✓ Responsable del cuidado de las máquinas, utensilios, materiales y suministros empleados en su labor.</li> <li>✓ Mantener los botellones llenos a fin de abastecer a los distribuidores.</li> <li>✓ Mantener limpia su área de trabajo.</li> <li>✓ Debe cumplir los lineamientos estipulados en su departamento.</li> </ul>		

**Fuente:** Objetivo N° 1 – Manual de Funciones del Operario 1.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.





## MANUAL DE FUNCIONES

<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Operario 2</b>	<b>CODIGO 009</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>Dpto. Comercialización/Ventas</b>	
<b>Número de cargos</b>	<b>Ninguno</b>	
<b>Reporta a:</b>	<b>Administrador</b>	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos de formación:</b>	Bachillerato o Estudiante universitario.	
<b>Requisitos de experiencia</b>	Experiencia mínima de 0 a 6 meses.	
<b>Entrenamiento</b>	Cursos actualizados de calidad y calidez, conocimientos básicos de productos terminados, seguimientos de procesos.	
<b>Competencias</b>	Trabajo en equipo, facilidad de movimiento, agilidad, de rápido aprendizaje.	
<b>Objetivo Principal</b>		
Cumplir con todo lo encomendado a fin de brindar un servicio oportuno eficiente y eficaz, manteniendo un ambiente laboral agradable.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Responsable de lavado y esterilización de botellones que se encuentran en bodega y en la planta de producción.</li> <li>✓ Responsable del cuidado de las máquinas, utensilios, materiales y suministros empleados en su labor.</li> <li>✓ Mantener limpia su área de trabajo.</li> <li>✓ Debe cumplir los lineamientos estipulados en su departamento.</li> <li>✓ Velar por el mantenimiento de stock suficiente de los productos que así lo requieran.</li> <li>✓ Participar activamente en el comité de calidad.</li> <li>✓ Asistir a las capacitaciones y/o entrenamientos programados por la organización que fortalezcan su perfil y a las cuales es invitado.</li> </ul>		

**Fuente:** Objetivo N° 1 – Manual de Funciones del Operario 2.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.



## MANUAL DE FUNCIONES

<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Dpto. Marketing/Publicidad</b>	<b>CODIGO 010</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>Dpto. Marketing</b>	
<b>Número de cargos</b>	<b>Ninguno</b>	
<b>Reporta a:</b>	<b>Administrador</b>	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos de formación:</b>	Estudio Superior de 3er. Nivel (marketing), Postgrado en Marketing, Administración o similares	
<b>Requisitos de experiencia</b>	Experiencia mínima de 1 a 2 años.	
<b>Entrenamiento</b>	Cursos de diseño gráfico, Curso Merchandising, servicio al cliente, administración de recursos humanos y publicidad.	
<b>Competencias</b>	Liderazgo, Capacidad de relacionarse, habilidad para comunicarse en forma verbal y escrita, orientado a resultados, buena redacción. Capacidad de negociación	
<b>Objetivo Principal</b>		
Dirigir, Formular, Controlar y Ejecutar el plan de marketing de la empresa “Adriático”, así como la orientación y coordinación en la ejecución de los programas de atención orientados hacia la satisfacción del cliente y la formulación y desarrollo de los programas sociales de la empresa “Adriático”.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseñar, programar, presupuestar y ejecutar campañas publicitarias permanentes y periódicas, con el fin de incrementar el posicionamiento del producto.</li> <li>✓ Diseñar y suministrar a las diferentes áreas de la Empresa, el material publicitario necesario.</li> <li>✓ Diseñar avisos de prensa. (revistas, periódicos) y publicaciones informativas internas (boletines)</li> <li>✓ Desarrollar, proponer y ejecutar las acciones para la mejora de los indicadores comerciales relacionados con la atención al cliente y la imagen empresarial en concordancia a los objetivos empresariales.</li> <li>✓ Diseñar, coordinar y evaluar la ejecución de estrategias de comunicación, con fines de promoción y difusión empresarial.</li> <li>✓ Elaborar y gestionar el presupuesto publicitario de la Empresa.</li> <li>✓ Participar en equipos de trabajo que le sean asignados, así como realizar otras funciones afines al cargo.</li> </ul>		

**Fuente:** Objetivo N° 1 – Manual de Funciones del Dpto. Marketing/Publicidad.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ **Presupuesto.**

**Cuadro N° 40.** Presupuesto general del objetivo N° 1.

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario (\$)</b>	<b>Valor total (\$)</b>
Elaboración de un manual de funciones y organizacional	2	30,00	60,00
Impresión simples	6	0,40	2,40
Encuadernados y empastados	6	22,00	132,00
Enfocus	1	20,00	20,00
	<b>TOTAL</b>	<b>72,40</b>	<b>214,40</b>

**Fuente:** Investigación directa - Objetivo N° 1.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ **Financiamiento:**

Será financiado en su totalidad con recursos propios de la empresa envasadora de agua tratada y purificada "Adriático".

## 🚩 **Objetivo N° 2.**

Crear un departamento de marketing para establecer campañas agresivas de publicidad en medios de difusión que permita posesionarse psicológicamente más en la mente de consumidor y cubrir gran parte del mercado local y provincial.

### ✓ **Problema:**

La falta continua de planes de publicitarios por parte de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” hace que la empresa y sus productos no sea conocida en su totalidad por los ciudadanos de la Provincia de Sucumbíos, provocando la necesidad de crear planes publicitarios para lograr un mejor posicionamiento que permita cubrir gran parte del mercado y afianzarse más en la mente de consumidor.

### ✓ **Meta:**

Llegar a cubrir las campañas publicitarias en un 45%, De Julio 2020 hasta diciembre del año 2021.

### ✓ **Estrategias:**

Analizar los medios de comunicación que brindarán el servicio de publicidad garantizando profesionalismo y seriedad; Realizar contratos publicitarios a corto plazo en los diferentes medios radiales, web de

internet, medios televisivos y prensa escrita de la ciudad por su cobertura y veracidad, elaborar mini tarjetas de presentación para entregar a la población de Sucumbíos y a los diferentes establecimiento de la ciudad, finalmente crear y colocar vallas publicitarias en la entrada y salida de la ciudad de Nueva Loja.

✓ **Táctica.**

Para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” lo primordial es aumentar la captación enorme de clientes, dando a conocer la existencia de sus productos y los servicios que ofrece utilizando los medios comunicacionales más preferidos por la sociedad. Además iidentificar y seleccionar los medios más adecuados para llagar al mercado objetivo e impactarlos de tal forma que reconozcan el producto, así como sus características, con la finalidad de persuadirlos a la compra.

✓ **Actividades.**

Se utilizará un tipo de publicidad informativa.

**Cuadro N° 41.** Objetivo # 2: Establecer campañas en medios publicitarios que permita afianzarse más en la mente de consumidor y cubrir gran parte del mercado.

<u>Nº</u>	<u>PROBLEMA</u>	<u>OBJETIVOS</u>	<u>ESTRATEGIAS</u>	<u>META</u>	<u>PLAZO DE EJECUCIÓN.</u>	<u>INDICADORES</u>	<u>FINANCIAMIENTO</u>	<u>PRESUPUESTO</u>	<u>RESPONSABLE</u>
2	La falta continua de planes de publicitarios por parte de la empresa "Adriático" hace que la empresa y sus productos no sea conocida en su totalidad por los ciudadanos de la provincia de Sucumbíos, provocando la necesidad de crear planes publicitarios para lograr un mejor posicionamiento que permita cubrir gran parte del mercado y afianzarse más en la mente de consumidor.	<p>1. Aumentar la captación enorme de clientes</p> <p>2. Impulsar la existencia de sus productos y los servicios que ofrece utilizando los medios comunicacionales más preferidos por la sociedad.</p> <p>3. Identificar y seleccionar los medios más adecuados para llegar al mercado objetivo e impactarlos de tal forma que reconozcan el producto, con la finalidad de persuadirlos a la compra.</p>	<p>1. Pactar contratos publicitarios a corto plazo en los diferentes medios de comunicación más sintonizados de la ciudad entre estos están medios radiales, web de internet, medios televisivos por su cobertura y veracidad</p> <p>2. Elaborar mini tarjetas de presentación para entregar a la población de Sucumbíos y a los diferentes establecimiento de la ciudad de Nueva Loja.</p> <p>3. Elaborar vallas publicitarias en la entrada y salida de la ciudad de Nueva Loja y en diferentes puntos estratégicos del sector.</p>	Llegar a cubrir las campañas publicitarias en un 45%, De Julio 2020 hasta diciembre del año 2021.	Durante 1 año y 6 meses	<p>1. Incrementar de ventas a través de la implementación planes publicitarios por los diferentes medios de la localidad.</p> <p>2. Colocar de la valla publicitaria en la entrada y salida de la ciudad y en los diferentes puntos estratégicos.</p> <p>3. Consolidar más la base de datos de los clientes.</p> <p>4. Entrega de mini tarjetas en los establecimientos y a la población en general</p>	Será financiado con recursos propios de la empresa "Adriático".	Para la ejecución y cumplimiento de este objetivo propuesto tiene un costo de \$ 1.737,00 dólares americanos.	Gerente  Ventas

Fuente: Investigación directa - Objetivo N° 2.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

- **Internet:**

**1. Página web**

**2. Redes sociales**

De acuerdo al segmento al que nos dirigimos, Internet es un buen medio, debido a que ha tenido un gran auge y es muy utilizado para la búsqueda de información y sitios de interés. Además de tener una gran cobertura para poder llegar al mercado objetivo con una inversión mínima.

**1. Se utilizará una página web para:**

- ✓ Informar acerca del producto y sus características únicas al mercado objetivo.
- ✓ Captar la atención de un mayor número de usuarios para convertirlos en futuros clientes, aprovechando la gran cobertura que posee.
- ✓ Crear una base de datos que nos sirva para comunicarles a los usuarios las promociones, eventos y conferencias, para lograr tener un contacto más directo con nuestros posibles consumidores reales y potenciales.
- ✓ Captar la atención de un mayor número de usuarios para convertirlos en futuros clientes.

**2. Se utilizarán **rede sociales** porque:**

- ✚ Son un medio interactivo y directo para difundir los beneficios del producto.

✚ El segmento al que vamos dirigidos se encuentra gran parte del día conectado en una red social.

✚ Es un medio económico de gran cobertura.

- **Medios de comunicación local:**

**1. Televisión.**

**2. Radio.**

Para alcanzar el éxito en la campaña publicitaria, en primer lugar, se va a llamar la atención, después despertar el interés por la oferta, luego a despertar el deseo de adquisición y, finalmente se deriva en la acción de compra. Dentro de las cuñas radiales se transmitirán por Radio Sucumbíos 105.3 FM y Radio Amazonas 93.3 FM, con la participación de 2 cuñas diarias de lunes a viernes por la mañana y fines de semana por la noches.

**1. Televisión.-** la campaña publicitaria será transmitida por los principales medios de comunicación de la localidad, con la finalidad de que cubran la cuña promocional del producto.

Dicha campaña está programada, a través de los siguientes medios de comunicación:

✓ Lago Sistema TV



La idea principal del spots publicitario es la siguiente:

Gráfico N° 42. Spots publicitario en la Tv – Lago Sistema.



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Anuncios publicitarios en radio.-** En base al estudio de mercado efectuado en el mercado potencial, se determinó como el mejor canal de comunicación, la radio y volantes. La difusión de los mensajes se enfocará a resaltar la ubicación, sabor, productos, ingredientes y la calidad en el servicio.

Considerando otra vertiente, se tiene presente el peso de la publicidad de boca en boca, por ello el pagar segmentos en programas de radio, que involucren comentarios positivos del negocio, son un excelente medio para generar la confianza necesaria para el consumidor.

**La idea principal del spot publicitario es la siguiente:**

**Cuña radial.**

“**¡Atención! ¡Atención!** Llegó la mejor opción del mercado de agua tratada y purificada “Adriático”. Te ofrece agua de calidad que tu cuerpo necesita para estar hidratado y activo todo el día; estamos ubicados en la calle Manabí 611 y Libertador Bolívar.... Ven visítanos te esperamos.”

- **Otros medios publicitarios:**

- 1) Volantes.
- 2) Vallas publicitarias.
- 3) Ventas personales.
- 4) Tarjetas de presentación

**1. Distribución de Volantes.-** Es otro medio de informar a la población de los productos servicios y productos que se ofertan, es una manera más directa de mostrar la existencia del negocio y como a través de los mismos, puede satisfacer sus necesidades o situaciones de compra.

**La idea principal del spots publicitario es la siguiente:**

Los spot publicitario que se utilizaron por medio de la empresa televisiva de Tv-lago Sistema tendrá una duración de 30 segundos c/u, considerando que al mes transmitirán 4 spot; durante 3 meses(Enero-Marzo del año 2021), con un costo de \$ 23,50 dólares

**Gráfico N° 43.** Spots publicitario en la Tv – Lago Sistema.



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**2. Vallas publicitarias.-** Brinda visibilidad, posicionamiento e información del producto hacia el consumidor.

**La idea principal del spots publicitario es la siguiente:**

La elaboración de los adhesivos tipo afiches tienen una medida 50 cm \* 60 cm de forma llamativa y serán colocados en lugares estratégicos y

visibles para la ciudadanía, especialmente el centro de distribución del producto (Adriático).

**Gráfico N° 44.** Diseños publicitarios en los centros de distribución.



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

Las vallas publicitarias están diseñadas con una medida de 2 m de largo \* 1,80 m de alto, teniendo una buena visualización al alcance de todos. Y está ubicada en la entrada de la cuida de Nueva Loja en la dirección Av. Quito y Circunvalación (Esquina).

**Gráfico N° 45.** Diseño vallas publicitarias.



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**2. Ventas personales.-** A consecuencia de la posición del negocio en su ciclo de vida (madurez), requiere persuadir y fortalecer las relaciones con

su mercado potencial y cautivo. Es una herramienta de promoción eficaz el crear preferencia e incentivar el consumo en posteriores etapas a la compra; ya sea por medio de informarlo de promociones, nuevos productos a ofrecer, pedidos, atención de sugerencias y comentarios, con el afán de entablar una condición de lealtad con la empresa.

**3. Tarjetas de presentación.-** Es una manera fácil y práctica de distribuir entre los consumidores y de igual forma es posible estar presente gran parte del tiempo en la mente del consumidor, ya que al momento de que desee consumir, la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” es una opción viable en precio, ubicación y calidad.

Las tarjetas de presentación están impresas en papel fotográfico con un tamaño de 5 cm de alto \* 6 cm de largo, facilitando el servicio rápido y oportuno que ofrece la empresa a la sociedad entera, se realizaron por 1000 unidades con un costo unitario de \$ 0,35 centavos.

**Gráfico N° 46.** Diseño de tarjetas de presentación.



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ **Presupuesto.**

**Cuadro N° 42.** Presupuesto general del objetivo N° 2.

Alternativa	Detalle Publicitario	Cantidad	Costo Unitario	Duracion de espacio	Tiempo de Ejecución	Valor total (\$)
Diseño tarjetas de presentación	Tamaño de 5 cm de alto * 6 cm de largo	1000	\$ 0,35		Durante todo el año 2021	\$ 350,00
Diseño Valla Publicitaria entrada y salida de la ciudad	Medidas 2 m de largo * 1,80 m de alto.	2	\$ 240,00		En el Julio del año 2020	\$ 480,00
Radio Sucumbios 105.3 FM	2 cuñas diarias de lunes a viernes por la mañana y fines de semana por la noches.	200	\$ 2,20	30 segundos c/u.	6 meses (Julio a Diciembre 2020)	\$ 480,00
Radio Amazonas 93.3 FM						
Creación de página Web y Redes Sociales	(1 sola vez )	1	\$ 145,00		Meses de Julio del año 2020	\$ 145,00
Tv - Lago Sistema	4 Spot (mensuales)	4	\$ 23,50	30 segundos c/u.	3 meses (Enero - Marzo 2021)	\$ 282,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 411,05</b>			<b>\$ 1.737,00</b>

**Fuente:** Investigación directa –Objetivo N° 2.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ **Financiamiento:**

Será financiado en su totalidad con recursos propios de la empresa envasadora de agua tratada y purificada

🚦 **Objetivo N° 3.**

Realizar programas continuos de capacitación y motivación para mejorar el servicio y atención al cliente por parte del personal administrativo y operativo de la empresa envasadora de agua tratada y purificada "Adriático", a fin de asignarle la tarea de dar cumplimiento a todas las especificaciones encomiendas.

✓ **Problema:**

Débil conocimiento para ejercer las funciones o actividades por la falta de capacitaciones continuas en cada una de las áreas de la empresa es por

ello que esto no ha permitido el desarrollo y desempeño de una mejor manera las actividades encomendadas.

✓ **Meta:**

Conseguir un alto grado de conocimiento para el desempeño del personal en un 100%. En el periodo Enero a Diciembre del año 2018.

✓ **Estrategias:**

Desarrollar programas de capacitación de acuerdo a las necesidades que padece la empresa en el proceso de cumplimiento de sus actividades, en temas que tengan un impacto significativo para progreso empresarial, se dictarán los seminarios de capacitación en horarios en el cual no obstaculicen en funciones diarias de todo el personal administrativo y operativo de la empresa, se hará la debida y oportuna socialización de los temas que serán considerados para la capacitación y finalmente se realizará una evaluación piloto de toda la temática expuesta en la capacitación

✓ **Táctica.**

Gestionar con otros establecimientos para la inducción de temas de capacitación y que impartan sus conocimientos con el personal de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” en materias

de (servicios y atención al cliente, mejoramiento a la productividad de la empresa y de las relaciones humanas), se facilitará material didáctico para el apoyo de los seminarios y cursos planificados, para evitar interrupciones a futuro se hará a conocer con antelación la programación establecida de cada uno de los seminarios y cursos, se mejorará la productividad empresarial con capacitaciones periódicas a largo plazo.



✓ **Actividad**

**Cuadro N° 43.** Objetivo # 3: Realizar programas de capacitación y motivación para mejorar el servicio y atención al cliente por parte del personal administrativo y operativo de la empresa "Adriático", a fin de asignarle la tarea de dar cumplimiento a todas las especificaciones de ley.

<u>Nº</u>	<u>PROBLEMA</u>	<u>OBJETIVOS</u>	<u>ESTRATEGIAS</u>	<u>META</u>	<u>PLAZO DE EJECUCIÓN.</u>	<u>INDICADORES</u>	<u>FINANCIAMIENTO</u>	<u>PRESUPUESTO</u>	<u>RESPONSABLE</u>
3	Débil conocimiento para ejercer las funciones o actividades por la falta de capacitaciones continuas en cada una de las áreas de la empresa es por ello que esto no ha permitido el desarrollo y desempeño de una mejor manera las actividades encomendadas.	<p>1. Gestionar con otros establecimientos para la inducción de temas de capacitación y que impartan sus conocimientos con el personal de la empresa "Adriático",</p> <p>2. Mejorar la productividad empresarial con capacitaciones periódicas</p> <p>3. Realizar programas de capacitación y motivación a largo plazo.</p>	<p>1. Realizar programas de capacitación de acuerdo a las necesidades que padece la empresa en el proceso de cumplimiento de sus actividades, en temas que tengan un impacto significativo para progreso empresarial.</p> <p>2. Dictar los seminarios de capacitación en horarios en el cual no obstaculicen en funciones diarias de todo el personal administrativo y operativo.</p> <p>3. Socializar oportunamente los temas que serán considerados para la capacitación</p> <p>4. Realizará una evaluación de todo lo aprendido en la capacitación.</p>	Conseguir un alto grado de conocimiento para el desempeño del personal en un 100%. En el periodo Enero a Diciembre del año 2018.	Durante 1 año calendario	<p>1. Incrementar la fidelidad del cliente.</p> <p>2. Apoyar con material didáctico para el desarrollo de seminarios y cursos planificados</p> <p>3. Mejorar el servicio y la atención al cliente</p> <p>4. Incrementar la participación en el mercado.</p>	Será financiado con recursos propios de la empresa "Adriático".	Para la socialización y cumplimiento de este objetivo propuesto tiene un costo de 1.800,00 dólares americanos.t	Gerente  Todo el personal administrativo y operativo de la empresa "Adriático"

Fuente: Investigación directa - Objetivo N° 3.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

**Cuadro N° 44. Plan de capacitación.**

Fecha		Horario	Temática	Contenidos	Puestos	Participantes	Duración	Responsable / Capacitador	Recursos.
INICIO	FINAL								
01/01/2018	28/02/2018	LUNES A VIERNES  18:00 a 20:00	<b>Técnicas para brindar atención y Servicios al cliente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Medios de atención al cliente</li> <li>· Habilidad para tratar a los clientes.</li> <li>· Resolución situaciones conflictivas.</li> </ul>	Todo los puesto de la empresa "Adriático".	Sr. Aníbal Eudoro Bravo. Sr. Wilmer Bravo C. Sra. Caicedo Anita Sr. García Leonel. Sr. Sotelo Wilmer. Sr. Chuquíán Javier. Sr. Valverde Manuel	41 días	Ing. Pablo Miranda - SECAP	Presentación en diapositivas - Salón de eventos del hotel arasá - Material didáctico.
01/03/2018.	30/04/2018.	LUNES A VIERNES  18:00 a 20:00	<b>Técnicas para potenciar la motivación, relaciones humanas y ética profesional.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Las Relaciones Interpersonales</li> <li>· Personalidad y comportamiento Humano</li> <li>· Técnicas para mejorar las Relaciones Humanas</li> </ul>	Todo los puesto de la empresa "Adriático".	Sr. Aníbal Eudoro Bravo. Sr. Wilmer Bravo C. Sra. Caicedo Anita Sr. García Leonel. Sr. Sotelo Wilmer. Sr. Chuquíán Javier. Sr. Valverde Manuel	43 días	Ing. Ana Herrera - SECAP	Auditorio del hotel arasá - Material didáctico y folletos.
01/05/2018.	29/06/2018.	LUNES A VIERNES  18:00 a 20:00	<b>Estrategias de Ventas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Técnicas de ventas y comunicación comercial.</li> <li>· El perfil de un buen vendedor.</li> <li>· Otras formas de venta.</li> </ul>	Dpto. Ventas	Sr. García Leonel.	43 días	Ing. Paúl Cueva - SECAP	Laboratorio informático del colegio Pacífico Cembranos.

Fecha		Horario	Temática	Contenidos	Puestos	Participantes	Duración	Responsable / Capacitador	Recursos.
INICIO	FINAL								
02/07/2018.	31/08/2018.	LUNES A VIERNES  18:00 a 20:00	<b>Actualización contable y conocimiento de nuevos sistemas operativos financieros.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Tributación Contable.</li> <li>· Enfoque sistémico de la gestión de inventarios.</li> <li>· Planificación y control de inventarios.</li> <li>· Evaluación económica de inventarios.</li> <li>· Reposición y control de evolución de inventarios.</li> <li>· Tecnología soporte, manejo.</li> </ul>	Dpto. Contabilidad	Sra. Caicedo Anita	45 días	Ing. Pablo Miranda - SECAP	Auditorio del hotel arasá - Material didáctico y Folletos.
03/09/2018.	31/10/2018.	LUNES A VIERNES  18:00 a 20:00	<b>Sistemas de tratamiento de agua y control de calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Seguridad Industrial y salud ocupacional.</li> <li>· Control de calidad en Microbiología.</li> </ul>	Dpto. Ventas y Operarios	Sr. Sotelo Wilmer. Sr. Chuquian Javier.	43 días	Tec. Roberto Castillo - SECAP	Presentación en diapositivas en el auditorio de Petro-Ecuador (EP).
01/11/2018.	28/12/2018.	LUNES A VIERNES  18:00 a 20:00	<b>Estrategias de marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Liderazgo y Mercadeo.</li> <li>· Análisis de Mercadeo.</li> <li>· Análisis Publicitario.</li> <li>· Planes de publicitaria.</li> <li>· Competitividad.</li> <li>· Estrategias de Mercado.</li> </ul>	Todo los puesto de la empresa "Adriático".	Sr. Aníbal Eudoro Bravo. Sr. Wilmer Bravo C. Sra. Caicedo Anita Sr. García Leonel. Sr. Sotelo Wilmer. Sr. Chuquían Javier. Sr. Valverde Manuel	41 días	CENFORCAT - SECAP - Ing. Paúl Cueva	Presentación en diapositivas - Salón de eventos del hotel arasá - Material didáctico

Fuente: SECAP - CENFORCAT.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ Presupuesto.

**Cuadro N° 45.** Presupuesto para plan de capacitación

Fecha		Temática	Materiales	Institución Delegada / Responsable	Horario	Duración	Costo
INICIO	FINAL						
01/01/2018	28/02/2018	Técnicas para brindar atención y Servicios al cliente	Enfocus	Ing. Pablo Miranda - SECAP	LUNES A VIERNES 18:00 a 20:00	41 días	\$ 300,00
01/03/2018.	30/04/2018.	Técnicas para potenciar la motivación, relaciones humanas y ética profesional.		Ing. Ana Herrera - SECAP	LUNES A VIERNES 18:00 a 20:00	43 días	\$ 320,00
01/05/2018.	29/06/2018.	Estrategias de Ventas		Ing. Paúl Cueva - SECAP	LUNES A VIERNES 18:00 a 20:00	43 días	\$ 230,00
02/07/2018.	31/08/2018.	Actualización contable y conocimiento de nuevos sistemas operativos financieros.	Esferos	Ing. Pablo Miranda - SECAP	LUNES A VIERNES 18:00 a 20:00	41 días	\$ 350,00
03/09/2018.	31/10/2018.	Sistemas de tratamiento de agua y control de calidad		Tec. Roberto Castillo - SECAP	LUNES A VIERNES 18:00 a 20:00	43 días	\$ 200,00
01/11/2018.	28/12/2018.	Estrategias de Marketing	Hojas de papel bond	CENFORCAT - SECAP - Ing. Paúl Cueva	LUNES A VIERNES 18:00 a 20:00	41 días	\$ 400,00
<b>COSTO TOTAL DE LA CAPACITACIÓN</b>							<b>\$ 1.800,00</b>

Fuente: Cuadro N° 44 – Plan de Capacitación y Objetivo N° 3.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

Considerando que el costo por cada uno de los materiales que anteriormente se detallaron la empresa no gasta nada, por tal motivo que cada uno de los instructores traen su propio material de apoyo para el cumplimiento de su exposición.

✓ **Financiamiento:**

Será financiado en su totalidad con recursos propios de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

#### 🚩 **Objetivo N° 4.**

Implantar sistemas tecnológicos de inventarios para monitorear los ingresos y salidas de mercadería, accediendo a nuevas tecnologías; a fin de determinar gastos innecesarios.

##### ✓ **Problema:**

La falta de actualización de un software contable y de sistemas computarizados dificultando utilizar eficientemente los recursos de la empresa ya que no mantienen una comunicación apropiada entre las diferentes áreas del establecimiento y por ende concurren pérdidas en los productos que se encuentran en mal estado y no son útiles para su expendio.

##### ✓ **Meta:**

Optimizar el manejo de materiales y lograr un registro inventariado el 100% de los productos "Adriático". En el periodo de Septiembre a Diciembre del años 2017.

##### ✓ **Estrategias:**

Adquirir los servicios de una empresa técnica y especializada en la implementación y manejo de programas contables e informáticos, que cuente con una garantía de actualización mínima de 4 años.

✓ **Táctica.**

Realizar un sondeo e identificación de precios entre los diferentes proveedores que prestan el servicio profesional en el manejo de programas (software) contables y de sistemas computarizados de la ciudad de Nueva Loja, obtener sistema adecuado de monitoreo y control de los productos "Adriáticos" que se encuentran inventariados de bodega.





- Adquirir los servicios de una empresa técnica y especializada en la implementación y manejo de programas contables e informáticos, que cuente con una garantía de actualización mínima de 4 años.

- desarrollar la capacitación para el manejo contable e informático.

**Cuadro Nº 47.** Capacitación para el manejo contable e informático.

Fecha		Horario	Temática	Contenidos	Puestos	Participantes	Duración	Responsable / Capacitador	Recursos.
INICIO	FINAL								
03/12/2017	28/12/2017	LUNES A VIERNES 18:00 a 20:00	<b>Manejo de inventario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Enfoque sistemático de la gestión de inventarios.</li> <li>· Planeación y control de inventarios.</li> <li>· Tecnología soporte, manejo de materiales y almacenamiento.</li> <li>- Evaluación económica de inventarios.</li> </ul>	Contabilidad	Sra. Caicedo Anita	42 días	Ing. Pablo Miranda - SECAP	Presentación en diapositivas - Salón de eventos del hotel arasá - Material didáctico.

**Fuente:** Investigación directa - Objetivo Nº 4.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ **Presupuesto.**

**Cuadro N° 48.** Presupuesto para la implementación de un Software contable e informático.

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario (\$)</b>	<b>Valor total (\$)</b>
Software Contable	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Software informático de inventarios para el control de los productos de entrada y salida.	2	\$ 480,00	\$ 960,00
Capacitación para el manejo contable e informático	1	\$ 45,00	\$ 45,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 705,00</b>	<b>\$ 1.185,00</b>

**Fuente:** Investigación directa – Objetivo N° 4.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ **Financiamiento:**

Será financiado en su totalidad con recursos propios de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.

## 🚩 **Objetivo N° 5.**

Implementar mezclas promocionales, potenciando la creación de nuevos productos para tener nivel de venta continuo y solido posicionamiento de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, con el fin de aplacar el ingreso de nuevos competidores.

### ✓ **Problema:**

La carencia de mezclas promocionales por parte de los productos de la empresa “Adriático” ha ocasionado que el incremento de las ventas se vea disminuidas, impidiendo la fidelización de los clientes y futuros clientes, es por ello que se da la iniciativa de impulsar mezclas promocionales en beneficio a toda la colectividad de la ciudad de Nueva Loja.

### ✓ **Meta:**

Lograr la fidelidad de los productos “Adriático” y captar un buen número de futuros clientes e incrementar de ventas en un 50%. En todo periodo del 2019 y los primeros 6 meses del 2020.

### ✓ **Estrategias:**

Diseñar una mezclas promociones, tomando en cuenta fechas importantes, tipo de cliente; seguidamente realizar publicaciones en

medios de comunicación para dar a conocer sobre los productos y las promociones que tienen en vigencia; identificar y listar los productos, obsequios o prendas a ofrecer a los clientes y al consumidor final ejemplo: gorras, llaveros, camisetas y esferos.

✓ **Táctica.**

Se desarrollara un plan promocional y se entregará por la compra de los productos camisetas, gorras, llaveros, esferos, etc. todos identificados con el logotipo de marca “Adriático”

✓ **Resultados esperados.**

Mejor posicionamiento en el mercado local y provincial.

✓ **Actividades**

**Cuadro N° 49.** Objetivo # 5: Implementar mezclas promocionales, potenciando la creación de nuevos productos para tener nivel de venta continuo y un sólido posicionamiento de la empresa, con el fin de aplacar el ingreso de nuevos competidores

<u>Nº</u>	<u>PROBLEMA</u>	<u>OBJETIVOS</u>	<u>ESTRATEGIAS</u>	<u>META</u>	<u>PLAZO DE EJECUCIÓN.</u>	<u>FINANCIAMIENTO</u>	<u>PRESUPUESTO</u>	<u>RESPONSABLE</u>
5	La carencia de mezclas promocionales por parte de los productos de la empresa "Adriático" ha ocasionado que el incremento de las ventas se vea disminuidas, impidiendo la fidelización de los clientes y futuros clientes, es por ello que se da iniciativa de implantar mezclas promocionales en beneficio a toda la colectividad de la ciudad de Nueva Loja.	Desarrollar mezclas promocionales y entregar por la compra de los productos "Adriático" camisetas, gorras, esferos, etc. todos identificados con la empresa y la marca.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseñar una mezcla de promociones, tomando en cuenta fechas importantes.</li> <li>2. Realizar publicaciones en los medios de comunicación para dar a conocer sobre los productos y las promociones</li> <li>3. Identificar y listar los productos, obsequios o prendas a ofrecer a los clientes y al consumidor final.</li> </ol>	Lograr la fidelidad de los productos "Adriático" y captar un buen número de futuros clientes e incrementar de ventas en un 50%. En todo periodo del 2019 y los primeros 6 meses del 2020.	Durante un 1 año y 6 meses.	Todo el costo total del presupuesto será financiado con recursos propios de la empresa "Adriático".	Para la implementación de planes promocionales de este objetivo propuesto tiene un costo total de 5.075,00 dólares americanos.	Gerente.  Todo el personal administrativo y operativo de la empresa "Adriático"

Fuente: Investigación directa - Objetivo N° 5.

Elaborado por: El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

- Diseñar una mezcla promociones, tomando en cuenta fechas importantes, tipo de cliente;
- Identificar y listar los productos, obsequios o prendas a ofrecer a los clientes y al consumidor final ejemplo: gorras, llaveros, camisetas y esferos.

Los tipos de gorras están diseñadas tanto para mujeres como para hombres. Las características la gorra están diseñadas por un lado de fibra de algodón y por otra parte está cubierto de malla elástica con un bordado impreso que resalta el slogan de la empresa. Se elaboró la cantidad de 500 unidades a un costo unitario de \$ 3, 50 dólares c/u.

**Gráfico N° 47.** Modelos de gorras.



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

La tipos de llaveros que se utilizará como parte de la promociones están hecho de plástico y un ligero estampado con el slogan de la empresa mediante el cual se elaboró 250 unidades a un costo unitario de \$ 1, 00 dólares c/u.

**Gráfico N° 48.** Diseño de llaveros.



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

Considerando este tipo de promoción se elaboró camisetas tanto como para mujer y hombres en una sola talla “M”, además podemos notar que los diseños simultáneamente son diferentes a la otra, este tipo de camisetas son bien suaves por su calidad de fabricación hecha en algodón, adicional tienen un estampado digital. Se elaboró 500 unidades a un costo unitario de \$ 6, 00 dólares c/u.

**Gráfico N° 49.** Diseño de camisetas.



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

Se elaboró la cantidad de 250 esferográficos de diferentes colores hecho de plástico, a un costo unitario de \$ 0,30 centavos c/u.

**Gráfico N° 50.** Diseño de esferos.



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ **Presupuesto.**

**Cuadro N° 53.** Presupuesto promocional.

<b>Variables</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
camisetas	500	\$ 6,00	\$ 3.000,00
gorras	500	\$ 3,50	\$ 1.750,00
llaveros	250	\$ 1,00	\$ 250,00
esferos	250	\$ 0,30	\$ 75,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 10,80</b>	<b>\$ 5.075,00</b>

**Fuente:** Librería SONAPAL – Almacén “CRISTIAN”.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

✓ **Financiamiento:**

Será financiado en su totalidad con recursos propios de la empresa “Adriático”.



**✚ Presupuesto a invertir en la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático).**

**Cuadro N° 50. Presupuesto total.**

OBJETIVOS		COSTO
Objetivo N° 1	Establecer la estructura organizacional, filosofía empresarial mediante la elaboración de misión, visión valores, políticas, organigramas y manual de funciones.	\$ 214,40
Objetivo N° 2	Crear un departamento de marketing para establecer campañas agresivas de publicidad en medios de difusión que permita posesionarse psicológicamente más en la mente de consumidor y cubrir gran parte del mercado local y provincial.	\$ 1.737,00
Objetivo N° 3	Realizar programas continuos de capacitación y motivación para mejorar el servicio y atención al cliente por parte del personal administrativo y operativo de la empresa "Adriático", a fin de asignarle la tarea de dar cumplimiento a todas las especificaciones encomendadas.	\$ 1.800,00
Objetivo N° 4	Implantar sistemas tecnológicos de inventarios para monitorear los ingresos y salidas de mercadería, accediendo a nuevas tecnologías; a fin de determinar gastos innecesarios.	\$ 1.185,00
Objetivo N° 5	Implementar mezclas promocionales, potenciando la creación de nuevos productos para tener niveles de venta continuos, con el fin de aplacar el ingreso de nuevos competidores.	\$ 5.075,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 10.011,00</b>

**Fuente:** Cuadro N° 40, 42, 45, 48 y 53 de los Objetivos Estratégicos.

**Elaborado por:** El autor - Sr. Jonathan Medardo Jiménez Rojas.

En conclusión se puede observar que el monto total a invertir en el plan estratégico para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” es de \$ 10.011,00 dólares americanos.



## **h. Conclusiones**

Una vez de haber culminado la “Propuesta de un plan estratégico para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”; ubicada en la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos para el período 2017 – 2021”, se puede detallar claramente las siguientes conclusiones:

- ✓ De acuerdo a la entrevista realizada al Sr. Aníbal Eudoro Bravo gerente propietario de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” y la aplicación de las encuestas a sus trabajadores se corroboró la ausencia, el desconocimiento de un plan estratégico y además se analizó que no posee en la actualidad una filosofía y cultura empresarial, organigrama estructural y manual de funciones. Mediante los resultados obtenidos, se diseñó la visión, misión, valores, organigrama estructural y manual de funciones como principales elementos la planeación estratégica para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático
  
- ✓ Se llevó a cabo el análisis FODA, mediante la observación de campo determinando las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta la empresa para proceder a crear la matriz de alto impacto FODA donde se eligieron cinco principales objetivos estratégicos a fin de alcanzar los objetivos empresariales con un monto total de \$10.011,00 dólares americanos, representado a través

del cuadro de mando integral donde se identifican los problemas, estrategias, tácticas, meta, responsabilidad, financiamiento, plazo de ejecución, costos y responsabilidades.

- ✓ La empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” no cuenta con planes publicitarios, mezclas promocionales que contribuyan a fortalecer adecuadamente el posicionamiento de la empresa, con el fin de superar la competencia. Además no posee programas de capacitación y motivación para lograr de mejor manera la eficiencia del personal que elabora en cada una de las diferentes áreas de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” y poder brindar buen servicio al cliente.
  
- ✓ Se delimitaron e implementaron indicadores gestión a fin de medir el nivel de cumplimiento de la planeación estratégica.

## **i. Recomendaciones**

Al efectuar con la culminación del presente trabajo investigativo se hace mención de una serie de recomendaciones que beneficien y fortifiquen el caminar de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, se pone en consideración las siguientes recomendaciones:

- ✓ Realizar adecuadamente la encuesta, planteando preguntas claras, concisas y coherentes al tema de investigación, además de tabular de manera correcta cada pregunta, ser muy cuidadoso en el registro de las observaciones, a fin de no alejarse de la verdad y que las opiniones personales del observador no puedan interferir en las mismas.
  
- ✓ Sr. Aníbal Eudoro Bravo gerente propietario de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” se le recomienda poner en marcha la propuesta de una filosofía y cultura empresarial, un organigrama estructural y funcional, con la finalidad de tener una buena representación e imagen empresarial en el mercado local y provincial para mejorar la calidad del servicio al cliente.
  
- ✓ Implementar lo más pronto posible un plan estratégico para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, efectuando el análisis FODA, considerando la información solicitada en cada matriz, con la finalidad de superar las debilidades y ampliar sus fortalezas,

amparándose de las oportunidades y beneficios que le ofrece el medio para luego ir reduciendo las amenazas de la competencia.

- ✓ Considerar las acciones necesarias a fin de implementar los indicadores de gestión de manera precisa.
  
- ✓ Cumplir detalladamente con las capacitaciones establecidas para el personal de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, según el programa de capacitación y motivación propuesto con anterioridad en la investigación, con el principal objetivo de desarrollar con eficiencia y eficacia cada una de sus funciones y actividades encomendadas, logrando un excelente de desenvolvimiento unipersonal en beneficio de la productividad y desarrollo empresarial.

## **j. Bibliografía**

### **Libros.-**

- Dr. Salvador Mercado, p.125. (s.f.).
- Fernández, A. (2010); Ediciones Días de Santos S. A. (s.f.).
- FRED David, Edición 22. USA. Editorial. (1989). Publications Cía. Ltda.
- Golfeder. G- & Aguilar, E. (2010) Trillas. (s.f.).
- Ibidem, pág. 125. (s.f.).
- Ibídem, pág. 145. (s.f.).
- Idalberto Chiavenato, 3era. edición. (2000).
- Ipinza, (2008) El proceso estratégico con enfoque de gerencia. (s.f.).
- Ipinza, A. (2008) ,pág. 44. (s.f.).
- Ipinza, A. (2008) México: Pearson, pág. 45. (s.f.).
- Ipinza, A. (2008). México: Pearson, pág. 144.
- Koontz, H., & Heinz Wehrich, p. 1. (s.f.).
- Medina L. & Rojas, M. (2012).
- Michael E. Porter, Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. (s.f.).
- Michalel Hitt; Stewart Black; Lyman Porter, 2006. p. 270. (s.f.).
- MINTZBERG Henry y Quinn James;Segunda Edición. México. Prentice Hall Hispanoamericana S.A. pág. 5. ( 1998).
- Ramos, F. G. (2009).
- STEINER, George. 1983, Primera Edición. México. Compañía Editorial Continental. Pág. 123. (s.f.).

- Thompson, A. & Strikland, A.. (2010) Administración estratégica. Textos y casos. México: Mc Graw Hill Internacional. (s.f.).

### **Página Web.-**

- <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/4-tipos-de-empresas/>. (s.f.).
- [http://elcontadorvirtual.blogspot.com/2010/04/clasificacion-de-las-empresas-segun-su\\_22.html](http://elcontadorvirtual.blogspot.com/2010/04/clasificacion-de-las-empresas-segun-su_22.html). (s.f.).
- <http://turevisorfiscal.com/2014/05/29/que-es-una-empresa-comercial/>. (s.f.).
- <https://prezi.com/owvgusbxotqj/justificacion-impacto-social-tecnologico-economico-y-ambi/>.
- <http://ventajas-y-desventajas-de-la-planificacion.html>. (s.f.).
- <http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>.
- <http://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>. (s.f.).
- <http://www.vgsglobal.com/es/blog/2010/11/analisis-foda-en-la-pyme-un-componente-clave-del-planeamiento-estrategico/>. (s.f.).
- <https://sites.google.com/site/436laempresa/recursos-o-elementos-de-la-empresa/>. (s.f.).
- [www.civicus.org/view/media/Seguimiento%20y%20evaluacion.pdf](http://www.civicus.org/view/media/Seguimiento%20y%20evaluacion.pdf) . (s.f.).
- <https://es.slideshare.net/azu444/dx-situacional>.



**k. Anexos.**

**ANEXO 1** – Entrevista al gerente propietario de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENTREVISTA AL GERENTE PROPIETARIO DE LA EMPRESA**  
**ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA “ADRIÁTICO”.**

Estimado Señor Aníbal Eudoro Bravo, permítame dirigirme a usted con la finalidad de solicitarle se digne contestar esta encuesta, que servirá para realizar mi trabajo investigativo de tesis titulado “PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA “ADRIÁTICO”. Pues su criterio será muy importante.

De ante mano le agradezco previamente por su valiosa colaboración.

**CUESTIONARIO:**

1. **¿Me puede indicar cuales fueron los aspectos que le llevaron para emprender por primera vez esta empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

.....  
.....

2. **¿Me puede indicar detalladamente cuándo fue creada la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

.....  
.....

3. **¿Indique qué actividades realiza la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” a la cual Usted prestigiosamente representa?**

.....  
.....

4. **¿Existe por parte de usted como gerente la delegación de ciertas responsabilidades en lo que respecta a la actividad administrativa de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

.....  
.....

5. **¿A lo largo de la vida empresarial se ha constituido una misión, visión, objetivos, estrategias y políticas para el cumplimiento de sus objetivos?**

.....  
.....

**6. ¿Indique cuál es la manera en la que usted realiza la contratación y selección de la mano de obra?**

.....  
.....

**7. ¿La empresa que usted representa realizan algún tipo de promociones para mantener la fidelidad de los clientes y de los futuros clientes?**

.....  
.....

**8. ¿Qué medios de comunicación utiliza usted como gerente para dar a conocer la existencia de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” como también el ofrecimiento de sus productos?**

.....  
.....

**9. La infraestructura mediante el cual ejercer la actividad comercial, cuenta con todos los requerimientos y parámetros de seguridad necesarios para su funcionamiento y el desarrollo de actividades.**

.....  
.....

**10. La empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” cuenta con un organigrama estructural y manual de funciones**

para ejercer correctamente cada una de las actividades encomendadas a los trabajadores.

.....  
.....

11. ¿Qué tipo de herramienta tecnológica utiliza en la empresa actualmente para el mejoramiento de sus servicios y de la producción?

.....  
.....

12. ¿La empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, se realiza la aplicación de la planeación estratégica?

.....  
.....

13. ¿Dentro de sus gestiones existe un plan de capacitación e inducción para el personal de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?

.....  
.....

14. ¿Por medio de que tácticas realiza usted como gerente la comercialización de sus productos?

.....  
.....

15. ¿De qué maneras realiza usted la toma de decisiones en la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?

.....  
.....

**16. ¿Cómo considera usted a la competencia frente a la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

.....  
.....

**17. Usted como gerente propietario de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” ¿Indique que fortalezas le han permitido mantenerse en el mercado local y en mente del consumidor hasta la actualidad?**

.....  
.....

**18. Durante todo el tiempo que lleva como gerente de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” me puede indicar, ¿Cuál sería para usted la debilidad más fuerte que puede presentar la empresa?**

.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO 2 – Encuesta a trabajadores de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA REALIZADA A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA “ADRIÁTICO”.**

Estimado Señor (a) trabajadores de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, permítame dirigirme a usted con la finalidad de solicitarle se digne contestar esta encuesta, que servirá para realizar mi trabajo investigativo de tesis titulado “PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA “ADRIÁTICO”. Pues su criterio será muy importante.

De ante mano le agradezco previamente por su valiosa colaboración.

**CUESTIONARIO:**

**1. ¿Qué cargo desempeña dentro de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

Contador	<input type="checkbox"/>
Administrador	<input type="checkbox"/>
Operario	<input type="checkbox"/>
Chofer - Comisionista	<input type="checkbox"/>
Vendedor - Comisionista	<input type="checkbox"/>

**2. ¿Sabe Usted si la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” cuenta con una misión y visión?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**3. ¿Conoce Usted los valores y estrategias de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**4. ¿Conoce Usted si la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, tiene definidos sus objetivos y metas?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**5. ¿La toma de decisiones del gerente de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” es adecuada? Califique su nivel de apreciación.**

BAJO

MEDIO

ALTO


**6. Considerando que la planeación estratégica incluye la aplicación de las políticas y estrategias para lograr los objetivos y propósitos básicos de la empresa. ¿Cómo cree Usted que la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, aplica la planeación estratégica?**

MAL

BIEN

EXCELENTE


**7. ¿Para Usted la aplicación de la planeación estratégica en la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, qué nivel de importancia tiene?**

NADA IMPORTANTE

POCO IMPORTANTE

MUY IMPORTANTE




**8. ¿Considera usted que la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, posee una infraestructura idónea para el desarrollo de sus actividades?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**9. ¿De acuerdo a su criterio como califica el servicio que brinda la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

REGULAR	<input type="checkbox"/>
BUENO	<input type="checkbox"/>
EXCELENTE	<input type="checkbox"/>

**10. ¿A quién reporta sus inquietudes para el cumplimiento de sus funciones encomendadas?**

GERENTE	<input type="checkbox"/>
JEFE ADMINISTRATIVO	<input type="checkbox"/>
LAS DOS POR IGUAL	<input type="checkbox"/>

**11. ¿Cuándo usted se integró a elaborar por primera vez a la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, recibió algún tipo de capacitación o inducción al puesto de trabajo que va a ejercer?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**12. ¿Podría decirme Uds. si dentro de la empresa Adriático existe un buen clima laboral?**

SI


NO

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO 3 – Encuesta a clientes externos de la empresa  
envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA REALIZADA A LOS CLIENTES EXTERNOS DE LA  
EMPRESA ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA  
“ADRIÁTICO”.**

Estimado Señores (as) clientes potenciales de la empresa “Adriático”, permítame dirigirme a usted con la finalidad de solicitarle se digne contestar esta encuesta, que servirá para realizar mi trabajo investigativo de tesis titulado “PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA ENVASADORA DE AGUA TRATADA Y PURIFICADA “ADRIÁTICO”. Pues su criterio será muy importante.

De ante mano le agradezco previamente por su valiosa colaboración.

**CUESTIONARIO:**

**1. ¿Usted es una persona económicamente activa?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**2. ¿Se considera usted un cliente fijo de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**3. ¿Qué período lleva como cliente de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.?**

DE 1 MES a 6 MESE	<input type="checkbox"/>
DE 6 MESE a 12 MESES	<input type="checkbox"/>
DE 1 AÑO a 2 AÑOS	<input type="checkbox"/>
DE 2 AÑOS Y MÁS	<input type="checkbox"/>

**4. ¿Con qué frecuencia adquiere productos “Adriático”?**

DIARIO	<input type="checkbox"/>
SEMANAL	<input type="checkbox"/>
QUINCENAL	<input type="checkbox"/>
MENSUAL	<input type="checkbox"/>

**5. En el caso de adquirir productos de la competencia ¿Por qué usted lo preferiría?**

PRECIO DEL PRODUCTO	<input type="checkbox"/>
CALIDAD DEL PRODUCTO	<input type="checkbox"/>
PRESENTACIÓN Y ACABADOS	<input type="checkbox"/>
PROMOCIONES	<input type="checkbox"/>
POR SU UBICACIÓN	<input type="checkbox"/>

**6. ¿Desde su perspectiva podría apreciar la calidad de los productos que comercializa y expende la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

REGULAR	<input type="checkbox"/>
BUENO	<input type="checkbox"/>
MUY BUENO	<input type="checkbox"/>
EXCELENTE	<input type="checkbox"/>

**7. ¿A través de qué medios de comunicación conoció de la existencia de empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” y de sus productos?**

RADIO	<input type="checkbox"/>
TELEVISIÓN	<input type="checkbox"/>
INTERNET	<input type="checkbox"/>
PRENSA ESCRITA	<input type="checkbox"/>

**8. ¿Cómo considera usted la calidad de servicio y atención al cliente que brinda de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”?**

REGULAR	<input type="checkbox"/>
BUENO	<input type="checkbox"/>
MUY BUENO	<input type="checkbox"/>
EXCELENTE	<input type="checkbox"/>

**9. ¿Cómo considera usted el precio de los productos que ofrece y comercializa la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” en el mercado?**

BARATOS	<input type="checkbox"/>
MODERADOS	<input type="checkbox"/>
ELEVADOS	<input type="checkbox"/>
MUY ELEVADOS	<input type="checkbox"/>

**10. ¿Usted ha recibido promociones por la compra de productos adquiridos en la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.?**

NADA	<input type="checkbox"/>
SIEMPRE	<input type="checkbox"/>
TAL VEZ	<input type="checkbox"/>
EN CIERTAS OCACIONES	<input type="checkbox"/>

**11. ¿Por la compra de un producto para su consumo ¿Qué tipo de ofertas y/o promoción le gustaría obtener?**

CUPONES	<input type="checkbox"/>
DESCUENTOS	<input type="checkbox"/>
RIFAS	<input type="checkbox"/>
PREMIOS	<input type="checkbox"/>
2 POR 1	<input type="checkbox"/>
NINGUNO	<input type="checkbox"/>

**12. ¿Considera usted que la infraestructura e instalaciones de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” son las apropiadas?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**13. ¿Desde su perspectiva la imagen de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” se considera?**

REGULAR	<input type="checkbox"/>
BUENO	<input type="checkbox"/>
MUY BUENO	<input type="checkbox"/>
EXCELENTE	<input type="checkbox"/>

**14. Si la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”  
tendría la capacidad de crear nuevos producto para el consumo  
humano ¿Usted como cliente potencial de la empresa estaría  
dispuesto a adquirirlos?**

SI

NO

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**



## **ANEXO 4 – Ficha del proyecto.**

### **a. Tema;**

“Propuesta de un plan estratégico para la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático); ubicada en la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos para el período 2017 – 2021”.

### **b. Problema;**

Hoy en día la competitividad empresarial a nivel mundial es muy exigente, debido a los cambios que se han venido dando han sido rápidos y muy complejos tanto internacional como nacional; en nuestro país y otros países las personas que ocupan los cargos de gerentes son los responsables directos de la toma de decisiones, pero en muchos casos llevan un poco de desconfianza del futuro de la empresa; debido a la falta de búsqueda de proyecciones del entorno ante el resto de empresas y la asertividad de sus objetivos que se generan en cada una.

La aparición de un sin número de empresas nacionales y extranjeras en nuestro país ha sido la consecuencias altamente peligrosas debido a su nivel competitivo, lo que ha generado que se incentive a los clientes basándose en un ambiente corporativo empleado a las empresas.

En la provincia de Sucumbíos algunas empresas ya están implementando planes estratégicos anuales a sus empresas con la finalidad de que los gerentes presten mayor atención e interés a sus empresas organizando

las actividades que logren hacer cumplir los objetivos planteados y mejorando la toma de decisiones empresariales, aunque esta realidad no es aceptada aún en las pequeñas y medianas empresas particularmente de algunos cantones y sectores de la localidad donde mantienen aún procedimientos ambiguos que no les permiten el crecimiento esperado.

La empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), nace en 1994 como respuesta a la necesidad de las familias en la provincia de Sucumbíos, de contar con agua envasada cien por ciento natural, apta para el consumo humano y a precios accesibles.

En el año 1994, en la ciudad de Lago Agrio solo ingresaban aguas de mesa en botella, que eran elaboradas en las grandes ciudades del Ecuador, a precios muy elevados para la mayoría de habitantes de la zona; debido a varias razones.

Por ende en los primeros meses, del año 1993, luego de realizar un sencillo estudio de mercado y condiciones socioeconómicas de la población Lagoagrense, se plasmó por primera vez y se maduró la idea de envasar agua tratada y purificada de mesa, en empaques flexibles o sea en funda de plástico.

Se inició por primera vez, con un sistema de tratamiento de filtros muy sencillos hechos en el Ecuador, de poli algodón y con instalaciones elementales, se empezó a elaborar agua en funda, en presentaciones de medio litro y litro.

En el área administrativa se encontraba el gerente propietario que desempeñaba varias funciones administrativas sin conocimiento alguno, además se pudo determinar la falta de un manual de funciones donde el personal operativo no tienen bien definidas las funciones encomendadas, por cuanto hoy por hoy hacen diversas actividades que no les competen según su cargo al cual fueron contratados, sin embargo las realizan con el único propósito de cumplir su hora de trabajo; entre otras actividades necesarias esta la falta de capacitación y motivación al personal, provocando una deficiente administración de los recursos afectando directamente la rentabilidad de la misma, en si la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático); no cuenta con un organigrama estructural lo que no le permite dirigir de forma eficiente y eficaz a sus recursos.

De acuerdo a lo detallado anteriormente se cree conveniente y necesario realizar un **plan estratégico para la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático); ubicada en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos**, que le permita diseñar estrategias para que cada una de los áreas y/o departamentos trabajen en forma adecuada, así como también cumplan con sus objetivos y metas planteadas, de manera que sobresalga su nivel de eficiencia, tanto en el ámbito económico y mejorar la organización y por ende la productividad.

### **c. Justificación;**

El desarrollo del presente trabajo investigativo se lo justifica de la siguiente manera:

#### **✚ Justificación académica.**

La ejecución del presente proyecto tiene como finalidad aplicar los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje, ya que permitirá fortalecer habilidades y destrezas que servirá a futuro al desempeño en el campo profesional. De conformidad a lo dispuesto en el Reglamento de Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior, en el nivel de formación profesional, como requisito para la graduación, como estudiante, previa a la planificación, aprobación y supervisión respectivas, debo presentar y sustentar un trabajo de investigación (Tesis de Grado) conducente a una propuesta para resolver un problema o situación práctica, con características de viabilidad, rentabilidad y originalidad.

Por lo tanto, como estudiante de la carrera de administración de empresas de la UNL se ha visto la necesidad de proponer un plan estratégico para la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”, ubicada en la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos, con la aplicación de normativas y procedimientos técnicos vigentes hoy en la actualidad.

### **Justificación social.**

“El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general. El impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones, este cambio también puede verse en la forma como se realiza el proceso o las prácticas que se utilizan y que depende, en gran medida, de la persona o personas que las ejecutan”. (<https://prezi.com/owvgusbxotqj/justificacion-impacto-social-tecnologico-economico-y-ambi/>, s.f.)

La educación permitirá grandes avances en la sociedad, puesto que con los aportes investigativos permitirá resolver problemas frecuentes en las empresas de la comunidad. La empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático); es una empresa orientada a mejorar el nivel de vida de la población del cantón Lago Agrio, a través de la prestación de sus servicios y comercialización de sus productos; El presente proyecto se justifica socialmente, ya que este trabajo, estará dirigido a formular estrategias tendientes a mejorar la calidad de los servicios, y los resultados con el fin de garantizar la excelencia donde el único beneficiado va hacer la población Lagoagrense.

### **Justificación económica.**

“Es uno de los impactos más importante, ya que con ello sabremos la cantidad económica que se necesitara para la investigación, así como, como afectara a los diferentes actores que participaran en la

investigación, así mismo saber si la investigación va a ser lo suficientemente factible para realizar el gasto que se planea para obtener los resultados necesarios". (<https://prezi.com/owvgusbxotqj/justificacion-impacto-social-tecnologico-economico-y-ambi/>, s.f.)

En presente trabajo investigativo acreditará a la obtención de nuevos conocimientos académicos que permitirá obtener nuevas destrezas en el campo profesional, dar solución al crecimiento y desarrollo económico, social de la ciudad y del país.

Las actividades empresariales de la provincia de Sucumbíos y específicamente del cantón Lago Agrio, no pueden lograr el ansiado crecimiento y desarrollo para sus empresas, lo que se evidencia tanto en el sector productivo, comercial, como de servicios. Por tal razón este trabajo de investigación estará planificado para impulsar un proyecto de mejoramiento, fundamentado con bases técnicas y que esto permitirá el desarrollo de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático); ubicada en la Ciudad de Nueva Loja, dentro del mercado local, lo que ayudará a mejorar su rentabilidad que irá en beneficio de sus directivos, empleados y trabajadores y por ende de la ciudadanía.

#### **d. Objetivos;**

##### **Objetivo general.**

Realizar una propuesta de un plan estratégico para la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático); ubicada en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos.

### **Objetivos específicos.**

- Elaborar el diagnóstico situacional de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático).
- Realizar el análisis interno y externo para determinarlas Oportunidades, Amenazas, Fortalezas y Debilidades para la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático).
- Desarrollar la matriz FODA y matriz de alto impacto producto del análisis interno y externo de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático).
- Elaborar la propuesta de objetivos estratégico para la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático).

### **e. Metodología;**

Para la realización del presente trabajo de investigación se seguirá un orden metodológico, que permitirá obtener la información necesaria y poder plantear posibles alternativas de solución, para lo cual se empleó diversos métodos y técnicas e instrumentos, a lo largo de todo el procedimiento y sus diferentes etapas de la investigación.

### **Métodos.**

#### **Método descriptivo.**

Este método descriptivo se aplicará para saber en qué situación se encontraba la empresa envasadora de agua tratada y purificada

(Adriático), mediante el cual se establecerá las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas.

### **Método inductivo.**

Este método permitirá analizar los factores externos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático” y establecer las oportunidades y amenazas, se partirá del propósito general de la empresa hasta rescatar la misión de cada una de las áreas de la empresa. Además estará presente en el análisis cuantitativo y cualitativo de las encuestas así como también en el diagnóstico de la investigación.

### **Método analítico.**

Este método se utilizará para verificar toda la información obtenida de los aspectos internos de la empresa, con el objeto de estudiarlas y examinarlas con detenimiento a las entrevista, encuesta, tabulación de datos que se utilizará en el transcurso de proceso investigativo y establecer sus diferentes problemáticas.

### **Método deductivo.**

Este método servirá como un conjunto de afirmaciones generales y que luego se deduce a las conclusiones y recomendaciones para llegar a casos más específicos, así como también se partirá de las observaciones específicas para llegar a desarrollar amplias generalizaciones. Partiendo de casos particulares se conseguirá exponer conclusiones en referencia a



nuestra investigación. Además servirá para definir del análisis de los factores externos e internos de la empresa.

### **Técnicas e instrumentos.**

Es necesario establecer algunas técnicas e instrumentos los cuales permitirá llegar a obtener información necesaria y real para el desarrollo de la investigación; mediante la observación directa, la encuesta, la entrevista, la muestra y procedimientos aplicados en el desarrollo de la investigación.

### **Observación directa.**

Este método permitirá que el investigador se limite a observar sobre la situación actual del área, acciones y hechos de gran interés sin establecer comunicación con la población en estudio; de esta manera verificará donde se encuentra ubicada la estructura orgánica funcional actual y donde se llevó a cabo la investigación; el desempeño, funcionamiento del personal, para lo cual se utilizará los siguientes instrumentos como son: ficha de levantamiento de información, fotografías.

### **Entrevista.**

Gracias a esta técnica se logrará conocer información que no se puede obtener por el método de observación directa es por ello que la entrevista se la realizará directamente al Sr. Aníbal Eudoro Bravo Gerente de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático), y como una

técnica a utilizar es la grabación en audio o video, ya que esta información nos ayudará a obtener información precisa y verídica de la empresa para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

### **Encuesta.**

Esta técnica se aplicará a los 2 empleados, 4 trabajadores y a los 1.059 clientes externos de la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) de la ciudad de Nueva Loja, en los diferentes barrios Norte, sur, Oeste, Este, ya que ellos nos brindaran sus comentarios, sugerencias y recomendaciones para el desarrollo del presente trabajo investigativo, la misma que es considerada como el área de influencia directa, para ello se utilizará un cuestionario.

### **Población y muestra.**

El presente trabajo de investigación se lo realizará durante el período académico Abril – Diciembre 2017; la primera encuesta se aplicará a los 2 empleados y 4 trabajadores que laboran en la empresa envasadora de agua tratada y purificada (Adriático) y a los 1.059 clientes externos de acuerdo a los datos registrados actualmente por la empresa a nivel provincial, donde nos brindarán información veraz y útil para el desarrollo de nuestra investigación.

### **Dónde:**

z= Intervalo de confianza del 95% (1.96)

n = Tamaño de la muestra

p = Porcentaje de casos favorables

q = Porcentaje de casos desfavorables

e = Error bajo un determinado nivel de confianza (5%)

N = Universo o población considerada

### Aplicación:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{((1,96)^2 (0,5) (0,5) (1.059))}{((1.059) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5) (0,5))}$$

$$n = \frac{((3,8416) (0,25) (1.059))}{((1.059) (0,0025) + (3,8416) (0,25))}$$

$$n = \frac{((3,8416) (264,75))}{(2,6475 + 0,9604)}$$

$$n = \frac{1.017,0636}{3,6079}$$

$$n = 281,89 \quad \gg 282 \quad \text{Población a encuestar.}$$

## ANEXO 5 – Acta de petición por escrito.



Nueva Loja, 11 de mayo del 2016.

A pedido del señor Jonathan Medardo Jiménez Rojas, portador de la cédula #2100318001, actual estudiante en la carrera Administración de Empresas, de la Universidad Nacional de Loja, en la modalidad a distancia, se emite el presente detalle empresarial:

- Nómina del personal que labora en la empresa.
- Información general de la empresa.
- Certificación de no haberse realizado el tema e investigación en esta entidad y la necesidad de investigar el tema.
- Certificación del número de clientes externos.

Lo anterior expuesto, está en calidad de alimentar una base de datos, para efectuar un proyecto de tesis, enfocado a un plan estratégico de solo conocimiento de su autor.

Se recuerda al estudiante y a toda persona que maneje este documento, la confidencialidad total de los datos. En caso de uso inadecuado de los mismos, el procedimiento a efectuarse estará sujeto a las leyes pertinentes.



Agua Adriático  
Nueva Loja, calles Manabí 611 y Libertador Bolívar. Esq.  
Teléfono: (06) 235843, 23581104  
E-mail: [agua.adriatico@gmail.com](mailto:agua.adriatico@gmail.com)

Página 1 de 5

## ANEXO 6 – Nómina de trabajadores



### DETALLE GENERAL:

#### Nómina de trabajadores, mayo 2016

	Nombre	Ocupación	Edad
1	Sotelo Wilmer	Operario	19
2	Chuquian Javier	Operario	25
3	Valverde Manuel	Chofer y comisionista	55
4	García Leonel	Vendedor comisionista	22
5	Caicedo Anita	Contadora	50
6	Bravo Wilmer	Administrador	27

Atentamente,

**Wilmer Bravo C.**

**Administrador**

[brw@outlook.com](mailto:brw@outlook.com)



**Agua Adriático**

Nueva Loja, calles Manabí 611 y Libertador Bolívar, Esq.

Telfs: (06) 235843, 23581104

E-mail: [agua.adriatico@gmail.com](mailto:agua.adriatico@gmail.com)

## ANEXO 7 – Información de la empresa.



### INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Empresa purificadora de agua "Adriático"	
Tipo de Empresa:	Privada.
Nombre de la Empresa:	Agua "Adriático"
Gerente Propietario	Aníbal Eudoro Bravo
Número de trabajadores:	6
Tipo de Servicio:	Producción y comercialización
Producto y Servicio que ofrece:	Venta de agua de mesa en empaques flexibles
Dirección:	Calle Manabí 611 y Libertador Bolívar
Correo electrónico:	agua.adriatico@gmail.com
Teléfono:	06 2358 443
Parroquia:	Nueva Loja
Cantón:	Lago Agrio
Provincia:	Sucumbios 12

Atentamente,

**Wilmer Bravo C.**  
Administrador  
[brwc@outlook.com](mailto:brwc@outlook.com)



**Agua Adriático**  
Nueva Loja, calles Manabí 611 y Libertador Bolívar. Esq.  
Telfs: (06) 235843, 23581104  
E-mail: [agua.adriatico@gmail.com](mailto:agua.adriatico@gmail.com)

## ANEXO 8 – Certificación de necesidad de investigar el tema.



### CERTIFICACIÓN DE TRABAJO ACADÉMICO

Al 11 de mayo del 2016, en la planta purificadora, envasadora y comercializadora de agua "Adriático", se hace constar que no se ha realizado ningún trabajo, estudio, análisis vinculados o similares, respecto a la elaboración de un plan estratégico para el ejercicio y/o actividad económica de esta empresa.

Se concluye, que existe la necesidad de plantear un plan estratégico que mejore la situación económica actual de la empresa y para este efecto se acepta la investigación del estudiante Jonathan Jiménez con su posterior validación.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'W. Bravo', with the number '1719504887' written below it.

**Wilmer Bravo C.**  
**Administrador**  
[brw@outlook.com](mailto:brw@outlook.com)



**Agua Adriático**  
Nueva Loja, calles Manabí 611 y Libertador Bolívar. Esq.  
Telfs: (06) 235843, 23581104  
E-mail: [agua\\_adriatico@gmail.com](mailto:agua_adriatico@gmail.com)

## ANEXO 9 – Certificado de clientes externos.



### CERTIFICACIÓN DE CLIENTES EXTERNOS

Agua Adriático, distribuye agua purificada embotellada en la mayor parte de la provincia de Sucumbíos, hacia 3 recorridos distintos de entregas a domicilio, sea en casas, oficinas y otros lugares de trabajo, con alcance desde la ciudad de Lumbaquí hasta Puerto el Carmen. Días laborables: 3 veces por semana en cada sector del área rural.

- Ruta Santa Cecilia – Amazonas (565)
- Ruta área urbana Nueva Loja (224)
- Ruta Dureno – Puerto el Carmen (270)

A través de este medio, certifico la autenticidad de los datos entregados en las 5 hojas emitidas.

Atentamente,

1719804583

**Wilmer Bravo C.**  
**Administrador**  
brcw@outlook.com



**Agua Adriático**  
Nueva Loja, calles Manabí 611 y Libertador Bolívar. Esq.  
Telfs: (06) 235843, 23581104  
E-mail: [agua.adriatico@gmail.com](mailto:agua.adriatico@gmail.com)



**ANEXO 10 - Ficha de levantamiento de información.**



**UNIVERSIDAD AL DE LOJA**  
**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**  
**PLAN DE CONTINGENCIA.**

**Ficha de levantamiento de información.**

**1. Datos generales.**

**Nombres / Apellidos del observador:** .....

**Nombre de la empresa:** .....

**Tipo de observación:** .....

**Lugar:** ..... **Fecha:**

**2. Situación actual de la empresa y la competencia.**

**Indicadores.-**

<b>R : Regular</b>	<b>B : Bueno</b>	<b>MB : Muy bueno</b>	<b>E : Excelente</b>
<b>SI</b>		<b>NO</b>	

(Haz una señal en la casilla adecuada).

No	CRITERIOS DE OBSERVACIÓN	CALIFICACIÓN					
		SI	NO	R	B	MB	E
1	Infraestructura de la empresa						
2	¿Existe la facilidad de ubicación de la empresa?						
3	Distribución física de las instalaciones						
4	¿Cuál es el grado de participación cuenta la empresa en el mercado?						
5	Logotipo o identificativo de la empresa						
6	¿Existe la facilidad de ubicación de la empresa?						
7	Condiciones visuales e iluminación						
8	Experiencia en el mercado local						
9	¿Cuenta con publicidad idónea?						
10	Rotulo, letreros y banners de vehículos						
11	Medios de transporte.						
12	La diversidad de productos						
13	¿Cuáles son las garantías de los canales de distribución?						
14	Calidad y calidez de sus productos						
15	Capacidad de la empresa						
16	Imagen y prestigio empresarial						
17	¿Cuenta con personal eficiente e idóneo?						
18	Comunicación de calidad.						
19	Competencia de sus precios						

3. Observaciones.-

.....  
 .....  
 .....

ANEXO 11 – Registro único de contribuyentes.



Derechos reservados

**Autorización de Documentos**

Búsqueda de Contribuyentes / Información del Contribuyente

---

Información del Contribuyente

<b>Razón Social:</b>	BRAWO AMBAL EUDORO				
<b>RUC:</b>	2100093794001				Fecha : 12-05-2016
<b>Nombre Comercial:</b>	AGUA PURINICO				
<b>Estado del Contribuyente en el RUC:</b>	Activo				
<b>Clase de Contribuyente:</b>	Otro				
<b>Tipo de Contribuyente:</b>	Persona Natural				
<b>Obligado a llevar Contabilidad:</b>	NO				
<b>Actividad Económica Principal:</b>	PRODUCCIÓN Y VENTA DE AGUA NATURAL EMBOTELLADA.				
<b>Fecha de inicio de actividades:</b>	25-10-2001				
<b>Fecha de cese de actividades:</b>					
<b>Fecha reinicio de actividades:</b>					
<b>Fecha actualización:</b>	10-07-2015				

Establecimientos contribuyentes

**ANEXO 12 – Empresa agua envasadora de agua tratada y purificada  
“Adriático”.**



**ANEXO 13 – Sitio geográfico de la empresa envasadora de agua tratada  
y purificada “Adriático”.**



**ANEXO 14** – Fotografías de las instalaciones de la empresa envasadora de agua tratada y purificada “Adriático”.



**ANEXO 15 – Forma de distribuir y comercializar el producto “Adriático”.**



ANEXO 16 – Cronograma de actividades.

Nº	Tiempo Actividad	AÑO 2017																AÑO 2018																																			
		Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
1	Aprobación e investigación del tema de tesis	X	X	X	X																																																
2	Designación del director					X	X																																														
3	Presentación del perfil del proyecto de tesis					X	X	X																																													
4	Aprobación del perfil del proyecto de tesis (art. 135)							X	X	X	X																																										
5	Desarrollo de la investigación (art. 151)									X	X	X	X																																								
6	Elaboración de la parte teórica (revisión de literatura)											X	X																																								
7	Elaboración de materiales y métodos											X	X	X	X																																						
8	Diseño de los instrumentos de recolección de la información											X	X	X																																							
9	Aplicación de los instrumentos de la recolección de información													X	X	X	X																																				
10	Organización de la información															X	X	X	X																																		
11	Tabulación, análisis e interpretación de la información (resultados y discusión)																	X	X	X	X																																
12	Elaboración del borrador del informe final (art. 151 completo)																			X	X	X	X																														
13	Revisión del borrador del informe																					X	X	X	X																												
14	Aplicación de rectificaciones al borrador del informe final																							X	X	X	X																										
15	Presentación del informe final de tesis																							X	X	X	X																										
16	Aprobación del informe final de tesis																									X	X	X	X																								
17	Presentación del informe final de tesis impreso y emisión de la certificación de director de tesis.																											X	X	X	X																						
18	Inicio del trámite de declaratoria de aptitud legal y posterior defensa y sustentación de tesis según cronograma de grados carrera de administración de empresas.																																	X	X	X	X																

## ANEXO 17 – Materiales e implementos.

<b>Nº</b>	<b>MATERIALES</b>
1	Computadora
2	Flash memory
3	Cámara de fotos
4	CD
5	Infocus
6	Escritorio
7	Internet
8	Libros de consulta
9	Impresiones
10	Anillados
11	Sobres de manila
12	Copias
13	Servicios Básicos
14	Materiales de escritorio



**ANEXO 18 – Presupuesto y financiamiento.**

<b>Nº</b>	<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	Materiales de escritorio		25,00
2	Internet		20,00
3	Impresiones		40,00
4	Anillados	2	10,00
5	CD	1	3,00
6	Copias		25,00
7	Sobres de manila	1	2,00
8	Transporte		40,00
9	Fotografías		5,00
10	Alquiler de Infocus	1	20,00
11	Servicios Básicos		20,00
	<b>Sub-total</b>		210,00
12	Imprevistos (20%)		42,00
	<b>TOTAL</b>		<b>252,00</b>

## Índice.

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de Autorización .....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria. ....	vi
a. Título.....	1
b. Resumen.....	2
Abstract.....	6
c. Introducción .....	9
d. Revisión de Literatura.....	12
e. Materiales y Métodos.....	51
f. Resultados.....	56
g. Discusión .....	121
h. Conclusiones.....	173
i. Recomendaciones.....	175
j. Bibliografía.....	177
k. Anexos. ....	179
Índice.....	220